



**Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo**

#VemPraRua #20Jun2013 #BsB

**O AGENDAMENTO JORNALÍSTICO A PARTIR DAS MÍDIAS
DIGITAIS DURANTE AS JORNADAS DE JUNHO:
FACEBOOK x EBC**

IASMINNY THÁBATA SOUSA CRUZ

Brasília, DF, junho de 2014



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo

#VemPraRua #20Jun2013 #BsB

**O AGENDAMENTO JORNALÍSTICO A PARTIR DAS MÍDIAS
DIGITAIS DURANTE AS JORNADAS DE JUNHO: *FACEBOOK* x EBC**

IASMINNY THÁBATA SOUSA CRUZ

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prf^a. Ms. Márcia Marques

Brasília, DF, junho de 2014

IASMINNY THÁBATA SOUSA CRUZ

#VemPraRua #20Jun2013 #BsB

**O AGENDAMENTO JORNALÍSTICO A PARTIR DAS REDES SOCIAIS DURANTE
AS JORNADAS DE JUNHO: *FACEBOOK* x EBC**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Ms. Márcia Marques
Orientadora

Prof^a. Dr^a. Dione de Oliveira Moura
Membro

Prof^a. Dr^a Thaïs de Mendonça Jorge
Membro

Prof^a. Dr^a. Liziane Soares Guazina
Membro Suplente

Brasília, DF, junho de 2014

*Aos meus pais, **Tadeu Antonio** e **Maria dos Remédios**
pela luta diariamente travada, pela dedicação e amor que
me colocaram em contato com o melhor que posso ser.*

E também aos sonhos que ainda nem os sei, mas que decerto os espero

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e irmãos, por terem, ao próprio modo e sempre com resiliência e amor, dado força para que este trabalho tenha sido concluído. Por teres dormido com o abajur ligado várias semanas, escutado o ranger das rodas da cadeira e sentido o cheiro de chá doce pelas madrugadas, obrigada Iasnaya. Fostes companheira fiel de minhas batalhas mesmo sem notar. Pela paciência com a bagunça e pelo sentimento extravasado em imenso amor, agradeço aos meus pais Tadeu e Remédios. Não há palavras que possam traduzir o orgulho que tenho de ser filha de vocês: esta é nossa conquista. E Ítalo, pela vida partilhada, pela distância que não nos separa. Sei que já não dormes no quarto ao lado há anos, mas seus “eu te amos” pelo *Facebook* acalentaram minha noite insone.

Às amigas Isabella Corrêa e Kelsiane Nunes, pedaços de alegria encontrados, pelo companheirismo; risos, choros e prêmios compartilhados. Pelas mensagens de celular, confidências e *playlists* divididas, obrigada. Seguimos juntas.

À minha orientadora, professora Márcia Marques, por ser luz em meio às dúvidas, conforto em meio à loucura, e inspiração.

Ao para sempre amado Luis César, pela ajuda, alento e ligações telefônicas que me despertavam sempre na hora certa de voltar à luta. Meus agradecimentos imensuráveis por teres sido fortaleza quando achei que já não conseguiria.

Aos queridos amigos Ennio Rodrigues pela revisão dedicada de cada letra trocada em nossas vidas, e Danilo Medrado pelas orações e sorrisos incansáveis.

À minha família, aqui representada por minha prima Lilian Lopes, obrigada pela força, pela vida compartilhada, pelos anseios de felicidade.

Aos amigos que não me atrevo a citar, pois fatalmente esquecerei alguém. Sem vocês meu coração não teria tantos motivos para sorrir. À amiga para sempre lembrada Laís Pimenta: lembrar-me de você faz o coração apertar e os lábios sorrirem. Sua ausência não me deixa esquecer de viver.

À Facto – Agência de Comunicação e ao intercâmbio para Braga, Portugal: experiências profundas que engrandeceram de forma inesquecível minha vida.

Aos professores Dione Moura, Solano Nascimento, Fabíola Calazans, Gabriela de Freitas, Liziane Guazina e Letícia Renault, por terem marcado enormemente minha graduação. Levo um pedaço de cada um dos ensinamentos de nossas aulas para a vida além-UnB.

Porque o jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar
mediante a confrontação descarnada com a realidade

El mejor oficio del mundo
Gabriel García Márquez

RESUMO

Foram as manifestações de rua de junho de 2013 que inspiraram este trabalho. Imersas em um ambiente virtual, centenas de milhares de pessoas confirmaram presença em eventos do *Facebook* e saíram às ruas para pedir por melhorias na qualidade de vida. O jornalismo, como ferramenta de tradução social, acompanhou o desenvolver dos protestos, tentando entender os motivos da nova realidade. No processo, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) ganha destaque pela cobertura preocupada com as demandas do público. Foi com o objetivo de dar voz aos envolvidos, que jornalistas se pautaram pelo que pediam os internautas nas mídias digitais. Assim, observar vestígios que associem a página de eventos do *Facebook* do ato do dia 20 de junho em Brasília e as notícias da cobertura da EBC suscita curiosidade a respeito da influência dessa mídia social no agendamento de pautas jornalísticas. Para buscar a comprovação da pergunta de pesquisa de que a apropriação das mídias sociais pelos internautas durante as manifestações influenciou a produção de notícias da EBC, agendando conteúdos em diferentes momentos da cobertura; foi necessário aplicar questionários a repórteres, fotógrafos e editores da Empresa; fazer entrevistas; comparar comentários dos internautas com a cobertura da empresa e com valores-notícia; bem como realizar revisão bibliográfica sobre a hipótese do agendamento e o papel da mídia pública para a democracia. Ao final, concluiu-se que a pergunta de pesquisa foi comprovada e que, de fato, há indícios para acreditar que o uso do *Facebook* agendou a pauta de notícias da instituição.

Palavras-chave: Manifestações; Comunicação pública; Mídias digitais, Jornalismo *online*; Agendamento

ABSTRACT

It were the June 2013 street protests that inspired this work. Immersed in a virtual environment, hundreds of thousands of people confirmed presence on Facebook events and went to the streets demanding for improvements in quality of life. Journalism, as a social translation tool, followed the development of the protests, trying to understand the reasons of the new reality. In the process, Brazil Communications Company (EBC) was highlighted because its preoccupation with the demands of public coverage. It was aiming to give voice to those involved, that journalists were guided by what people were saying in digital medias. Thus, observing traces between the Facebook event of the act of June 20th in Brasilia, and the news coverage of EBC raises curiosity about the influence of social media in scheduling journalistic guidelines. To seek confirmation of the hypothesis that the appropriation of social media by netizens during protests influenced the production of news on EBC, scheduling content at different times of the hedge, was necessary: to apply questionnaires, conduct interviews, make comparison tables among netizens comments, company coverage and news values; and do a review of literature. At the end, it was concluded that the hypothesis was proven and that there is, in fact, clear evidences to believe that the use of Facebook had made a particular agenda on the EBC's news.

Keywords: Protests; Public communication; Digital media, online journalism; newsmaking

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – REIVINDICAÇÕES POPULARES	88
GRÁFICO 2 – EM QUE MÍDIAS DIGITAIS VOCÊ PROCUROU POR INFORMAÇÕES?	112
GRÁFICO 3 - QUE TIPO DE INFORMAÇÕES VOCÊ PROCURAVA AO LÊ-LAS NAS REDES SOCIAIS?	113
GRÁFICO 4 – VOCÊ CONSIDERA QUE OBSERVAR TAIS INFORMAÇÕES CONTIDAS NAS MÍDIAS SOCIAIS INFLUENCIOU NO MOMENTO DE ESCREVER SOBRE OS PROTESTOS?.....	115
GRÁFICO 5 – APÓS ESCRITAS AS MATÉRIAS, VOCÊ CONSIDERA QUE AS NOTÍCIAS POSSUÍRAM:	116

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MANIFESTANTES EM RIO BRANCO SÃO MOBILIZADOS PELAS REDES SOCIAIS.....	13
FIGURA 2 – EVOLUÇÃO DA REDE DA TAG #VEMPRARUA NO <i>TWITTER</i> DURANTE OS DIAS 15, 16 E 17 DE JUNHO, EM ORDEM.	65
FIGURA 3: PÁGINA DE EVENTOS QUINTA-FEIRA SERÁ MAIOR!.....	99

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – NÚMERO DE MATÉRIAS POR TEMÁTICA	30
TABELA 2 – MATÉRIAS DO DIA 20 DE JUNHO DA EBC.....	90
TABELA 3 – APRESENTAÇÃO DAS MATÉRIAS DE ANÁLISE, DECORRENTES DA COBERTURA DO PROTESTO DE 20 DE JUNHO DE 2013, PELA EBC	92
TABELA 4 – PALAVRAS-CHAVE DA PÁGINA DE EVENTOS QUINTA-FEIRA SERÁ MAIOR!	100
TABELA 5 – VALORES-NOTÍCIA TEMÁTICOS.....	101
TABELA 6 – COMPARAÇÃO ENTRE TAGUEAMENTO NOTICIOSO, PALAVRAS-CHAVE E VALORES-NOTÍCIA	104
TABELA 7 – PALAVRAS-CHAVE UTILIZADAS NA CLASSIFICAÇÃO DE MATÉRIAS DA EBC A RESPEITO DAS MANIFESTAÇÕES DO DIA 20 DE JUNHO, EM BRASÍLIA.	109

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 – #SOMOSAREDESOCIAL (JUSTIFICATIVA)	6
1.1. #OGIGANTEACORDOU (CULTURA E PROTESTOS)	6
1.2. #JUNTOSOMOSFORTES (JORNALISMO ONLINE E A EBC)	9
1.3. #ARUAÉDoPOVO (INTERNET)	12
1.4. #QUEREMOSAÚDEPADRÃOFIFA (FACEBOOK)	14
CAPÍTULO 2. #MÍDIASEMCASTRACA (COMUNICAÇÃO PÚBLICA)	15
2.1. COMUNICAÇÃO PÚBLICA COMO REDE DE DEMOCRACIA E SOCIALIZAÇÃO	15
2.2. A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC)	19
2.3. A COBERTURA DA EBC NAS JORNADAS DE JUNHO	24
2.4. ATUAÇÃO ONLINE DA EBC NAS JORNADAS DE JUNHO	31
CAPÍTULO 3. #QUEMSÃOOSDONOSDAMÍDIA (O JORNALISMO)	34
3.1. O JORNALISMO ONLINE	34
3.2. O JORNALISTA COMO INTERMEDIADOR, O CIDADÃO COMO AUTOR	37
3.2.1. <i>O jornalismo como processo renovado</i>	43
3.3. O JORNALISMO MANIFESTADO NAS MANIFESTAÇÕES	44
3.4. A MÍDIA EM ALVO	50
3.5. AGENDAMENTO	52
CAPÍTULO 4. #OPOVOACORDOU (INTERNET E CULTURA)	55
4.1. UMA CULTURA DE INTERNET	55
4.2. O USO DA INTERNET NAS JORNADAS DE JUNHO	60
4.2.1. <i>A nova praça pública</i>	64
4.3. O FACEBOOK	67
CAPÍTULO 5. #VEMPRARUA (AS MANIFESTAÇÕES)	69
5.1. MANIFESTAÇÕES COMO PROCESSO SOCIAL	69
5.2. O MUNDO EM REVOLUÇÃO	74
5.3. JORNADAS DE JUNHO, BRASIL	80
5.3.1. <i>Brasília, 20 de Junho de 2013</i>	86
CAPÍTULO 6 – ANÁLISE DE DADOS	89
6.1. METODOLOGIA DE ANÁLISE	89
6.2. FACEBOOK VS. EBC	91
6.2.1. <i>#MatériasAgênciaBrasil #Manifestações #20Jun2013</i>	92
6.3. PÁGINA DE EVENTOS DO FACEBOOK	99

6.3.1. <i>Quinta-feira será maior! – Brasília</i>	99
6.3.2. <i>Valoração noticiosa</i>	100
6.3.3. <i>Página de eventos do Facebook X Cobertura da EBC</i>	102
6.4. <i>UMA COBERTURA REINVENTADA</i>	110
6.4.1. <i>Do uso das mídias sociais na preparação do profissional</i>	112
6.4.2. <i>Do uso das mídias sociais na cobertura das manifestações</i>	114
6.5. <i>BUSCA DE COMPROVAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA</i>	115
6.5.1. <i>Houve agendamento? – Opinião dos profissionais</i>	116
6.5.2. <i>Houve agendamento? – Considerações do problema de pesquisa</i>	117
CONCLUSÃO	121
BIBLIOGRAFIA	125
ANEXOS	134
ANEXO 1 – PESQUISA QUANTITATIVA APLICADA	134
ANEXO 2 – TRANSCRIÇÃO NA ÍNTEGRA DA ENTREVISTA COM LÍDIA NEVES.....	136
ANEXO 3 – TRANSCRIÇÃO NA ÍNTEGRA DA ENTREVISTA COM JONAS VALENTE	141
ANEXO 4 – GRÁFICOS DAS RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO	147
ANEXO 5 – RESPOSTAS COMPLETAS DO QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO	151

INTRODUÇÃO

Em junho de 2013, centenas de milhares de pessoas saíram às ruas em protesto no Brasil. Diferentemente do resto do mundo – cujas passeatas tinham começo mais ou menos trágico nos últimos anos, no Brasil, o estopim das manifestações populares não adveio de imolações ou assassinatos, ainda que tenham ocorrido mortes decorrentes dos atos, mas da união de diversos fatores acumulados.

O coletivo Movimento Passe Livre (MPL), em São Paulo, já lutava desde 2005 por preços justos nas passagens do transporte público nacional e o aumento de R\$ 0,20 nas tarifas dos ônibus da maior cidade brasileira fez com que o grupo organizasse um ato de repúdio. O primeiro encontro nas ruas não teve mais que cinco mil pessoas, mas foi repreendido com severidade pela Polícia Militar, gerando ondas de revolta e mobilizações para novas passeatas.

O movimento cresceu e ganhou envolvidos, pautas, reivindicações, vozes e cidades participantes. Saiu do controle do MPL qualquer liderança que poderia ter algum dia existido e, como nas mídias sociais¹ massivamente utilizadas pelos manifestantes, cada pessoa levantou a própria bandeira de opiniões e desejos. As pessoas saíram às ruas em protestos inicialmente contrários ao aumento das passagens de ônibus, trens e metrô dos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro, mas ainda naquele mês, mais de 2,5 milhões de pessoas encheriam as ruas de todas as Unidades da Federação. Do clamor organizativo das redes sociais digitais, perpassando pelo ciberativismo político e sucesso de protestos internacionais, o que se viu nas ruas brasileiras foram atos históricos em ação.

Desse novo e inesperado contexto, jornalistas e redações inteiras precisaram aprender rapidamente novas maneiras de agir. Ao buscar a redução dos custos do transporte público, o crescente contingente de cidadãos serviu de estopim para que

¹ Em todo este Trabalho de Conclusão de Curso serão citadas expressões como mídias sociais, redes sociais e mídias digitais. Entender o significado destes sintagmas é de fundamental importância para prosseguimento da leitura desta monografia. Embora as expressões “mídia social” e “rede social” sejam pré-existentes à *internet* e signifiquem ambientes de interação entre indivíduos, cabe aqui uma breve distinção entre elas: quando se fala de “rede social”, fala-se do relacionamento que ocorre entre pessoas por meio de um grupo de amigos ou de ferramentas. Redes são as conexões causadas pelo prolongamento dessa interação. Mídia social, de outro modo, liga-se ao meio, ao suporte, à plataforma que ancora esta rede. Mídia social digital é o suporte de cunho tecnológico que possibilita a criação de redes dentro do ambiente digital. Em última análise, e de maneira a dar prosseguimento a esta monografia, quando citadas as redes sociais, deverá se entender a conexão de pessoas e suas respectivas interações independentemente do suporte em que ocorram – se no ambiente físico ou no de cunho digital; mídias sociais, mídias sociais digitais e mídias digitais serão tidas como sinônimos e falarão a respeito de suportes como o *Facebook* e o *Twitter*.

diversas classes da sociedade brasileira colocassem na agenda de discussões da mídia desejos de melhoria para uma população que crescia sob aparente democracia, economia estável e pleno emprego, mas vivia insatisfeita com a qualidade dos serviços prestados pelo governo.

Nesse contexto, o uso de ferramentas digitais transformou de forma inquestionável a maneira como as coberturas jornalísticas funcionaram e interagiram com os cidadãos – que também eram internautas. Defensora da ideia de que as demandas cidadãs são potencializadas por esses instrumentos, Adriana Andrade Braga² (2013) entende que a interação com a internet tem sido utilizada com sucesso para organizar movimentos que só alcançam seus objetivos mais importantes quando chegam às ruas, conjugando o poder da *web* e da praça pública.

Foi o que aconteceu em junho de 2013, quando inúmeras cidades, entre elas Brasília, uniram-se ao turbilhão que abalou a aparente calma que repousava no Brasil desde o período pós-*impeachment* de Fernando Collor de Mello, no início da década de 1990. Vinte e três anos depois, com o uso de mídias sociais, milhares de pessoas se organizaram em redes *online* e marcaram os eventos com hora e local determinados que agitariam o país. Por coincidência, remonta ao início da década de 1990 o que hoje é considerado o primeiro protesto *online* do mundo. Na ocasião, mais de 30 mil *e-mails* foram enviados para a caixa de entrada da multinacional norte-americana Lotus, em aversão ao lançamento de um CD-ROM com informações de consumo de 120 milhões de cidadãos americanos. Diante da pressão, a empresa foi forçada a cancelar a venda do produto.

As mais de duas décadas que separam este acontecimento das Jornadas de Junho – como ficaram conhecidas as manifestações de junho de 2013 no Brasil – trouxeram mudanças sócio-políticas e culturais profundas, que afetaram não apenas o modo como as pessoas se comportam na *web*, mas também o funcionamento de profissões como o jornalismo.

Tornou-se comum encontrar palavras como “jornalismo cidadão”, “jornalismo colaborativo” e “jornalismo participativo” dentro das empresas jornalísticas. A participação do cidadão na *internet* era uma realidade que não poderia mais ser negada. Assim, além de serem impelidas a atualizar o modo de comunicação e

² Professora no Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Editora da Revista E-Compós.

trabalho ao usar ferramentas *online*, o jornalismo passou por mudanças na concepção de realidade, no relacionamento entre ricos e pobres, na ideia que se fazia do que seria “verdade”, “felicidade”, “organização política” e “cidadania” (BRAGA, 2011).

Ao encontro dessa ideia, Manuel Castells (2003) é de opinião que a *internet* propicia comunicação livre e global e que, por isso, ela se torna essencial para todas as ações contemporâneas, inclusive quando novas formas de contrato social precisam ser negociadas, ainda que por meio da luta (p. 227). De 1990 para cá, esta mesma *internet* foi utilizada para modificar e decidir o rumo de movimentos revolucionários na Tunísia (2009), na Islândia (2011), no Egito (2011), na Espanha (2011), nos Estados Unidos (2011) e também, como se vê, no Brasil (2013).

A tendência é ampliada ao mesmo tempo que acompanha o modo concreto como as pessoas vivem, trabalham, prosperam, sofrem e sonham (CASTELLS, 2003), pois, “em última análise, o legado de um movimento social consiste na mudança cultural que produziu com sua ação” (p. 175). É improvável acreditar que este seja um processo reversível. Somos todos a rede social.

Tendo isso em mente, e de forma a contextualizar a problemática deste Trabalho de Conclusão de Curso, apresenta-se como temática de pesquisa o agendamento na produção de notícias a partir do uso das mídias sociais por cidadãos. Para esta monografia, observar-se-á a página de eventos do *Facebook* que organizou a manifestação do dia 20 de junho, em Brasília, e também a cobertura das manifestações feita pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) no mesmo dia, de modo a obter um quadro comparativo entre as demandas dos cidadãos nas redes digitais e o que os jornalistas admitem como importante para se tornar notícia. Dessa forma, espera-se indicar a possível presença do agendamento advindo do cidadão e repercutido nas redações de jornal. O dia em questão foi escolhido pois foi a data que mais levou pessoas às ruas em todo o país (mais de um milhão em 80 cidades) e pelas depredações feitas contra prédios públicos na Capital Federal.

Instigada por essa análise, a monografia procurará responder se existe alguma relação entre o conteúdo lançado pelo cidadão na página de eventos do *Facebook* e o jornalismo feito pela EBC durante as Jornadas de Junho e, caso existente, qual seria o papel cultural dessas mídias sociais para a realidade de transformação jornalística.

No processo de busca para responder esta indagação, será necessário descobrir se as notícias da EBC sobre os protestos podem demonstrar o agendamento do jornalismo a partir das demandas advindas das mídias sociais.

Então, será preciso desenvolver o entendimento de qual seria a forma como eventos no *Facebook* influenciariam o agendamento de notícias a respeito das manifestações na cobertura jornalística.

Para responder a essas questões, tem-se como ponto de partida metodológica uma revisão bibliográfica a respeito dos quatro pilares que sustentam este Trabalho de Conclusão de Curso. A saber: as manifestações, a *internet*, o jornalismo, e a Empresa Brasil de Comunicação. De fato, cada uma dessas áreas do conhecimento tornou-se um capítulo desta monografia, e servirá como base para a análise do último capítulo. O estudo aprofundado dessas informações não é o objetivo deste trabalho, no entanto, a observância desses aspectos auxiliará no entendimento do processo de agendamento da EBC a partir do uso das mídias digitais pelos cidadãos.

Como, culturalmente, as redes sociais como o *Facebook* têm transformado o jornalismo em assuntos que impactam tão profundamente a sociedade? A produção noticiosa, nesses casos, foi adaptada? A análise da página de eventos e das matérias pode demonstrar, por meio da observação e comparação, um novo olhar do jornalismo e do agendamento de notícias, que auxilie profissionais a atuarem de maneira mais crítica ao se notarem participantes de atos como as manifestações?

Essas outras questões surgem com a evolução da revisão bibliográfica, auxiliam no desenvolvimento da análise deste TCC e colocam o tema do Trabalho em um patamar contemporâneo de transformação. Abordá-lo é importante, pois, com o advento da *internet*, o agendamento de notícias está definitivamente modificado.

O fato é facilmente passível de verificação quando, em 1999, o portal IG surgiu com o noticiário *Último Segundo*, cuja proposta era, à época, de redação exclusiva para a *internet*. A medida foi considerada ousada (PRADO, 2011), pois todos os outros grandes meios de comunicação presentes na rede e que concorriam com o portal eram vinculados a empresas da mídia tradicional.

A argumentação estará centrada no problema de pesquisa de que a apropriação das mídias sociais pelos internautas durante as manifestações de junho de 2013 influenciou a produção de notícias da Empresa Brasil de Comunicação, agendando conteúdos em diferentes momentos da cobertura. Para além disso, também defende-se que a apropriação dessas ferramentas pelos próprios jornalistas modificou a maneira de fazer jornalismo em tempos de *internet*.

A ideia de que essa mudança foi, sobretudo, cultural estará distribuída por todos os capítulos da monografia, de modo a contextualizar os pontos de vista, os

consequentes objetivos, e dar suporte teórico para a discussão das problemáticas, apesar de não ser nosso objeto de estudo.

De modo a comprovar o problema de pesquisa, serão revisitados conceitos que envolvem o agendamento de notícias, redes sociais, e jornalismo tendo como foco sua realização no meio virtual. Serão ainda observadas teorias já definidas por estudiosos, como *newsmaking*, valores-notícia, e *gatekeepers*. Também foram aplicados questionários a repórteres, fotógrafos e editores de diferentes setores da EBC, de modo a verificar parte do processo da agenda de notícias e a influência das redes digitais nas matérias feitas durante as Jornadas de Junho. Estas, aliás, serão analisadas em consonância a entrevistas realizadas com a Gerente de Integração de Conteúdo da EBC e com um dos editores de texto da TV Brasil. As entrevistas foram realizadas para observar se, e de que maneira, o recorte deste TCC demonstra a presença do uso das mídias sociais pelo cidadão no jornalismo da empresa.

Será mostrado ainda um quadro comparativo entre a) palavras-chaves dos comentários dos cidadãos no *Facebook*, b) *hashtags* das classificações de notícias feitas pela própria EBC, e c) valores-notícia (WOLF, 1999, e JORGE, 2013) das reportagens. Teremos, então, uma visualização diversificada do possível agendamento de temas pelos cidadãos na cobertura do protesto em questão.

Deve-se insistir: ao realizar esta pesquisa, pretende-se compreender de que forma o jornalismo está sendo modificado pela presença dos cidadãos nas mídias sociais digitais. Por meio de uma perspectiva cultural e da análise crítica da cobertura da Empresa Brasil de Comunicação durante as Jornadas de Junho em Brasília será dissertado um estudo, em formato de monografia, que investigará o uso dessas mídias nos protestos populares, tendo em vista a possibilidade do agendamento durante a produção de notícias do dia 20 de junho de 2013 nos canais da EBC.

CAPÍTULO 1 – #SomosARedeSocial (Justificativa)³

1.1. #OGiganteAcordou (Cultura e protestos)

Ao definir cultura, Roque Laraia (2001) se apoia na tese de que a comunicação é a base para todos os processos de mudança social. Para o autor, a cultura está entrelaçada nos processos de comunicação de forma tão intrínseca, que se torna imprescindível entender melhor essas mudanças culturais para melhor agir dentro do microcosmo jornalístico – objeto deste estudo. Isso porque, dentro desse complexo sistema, a comunicação é, inevitavelmente, um processo culturalmente construído. Laraia (2001) sublinha que “não existiria cultura se o homem não tivesse a possibilidade de desenvolver um sistema articulado de comunicação oral” (p. 52).

Articulado e cada vez mais complexo, exigindo dos atores sociais posicionamentos, olhares e atividades também complexos, de modo que acompanhem esse processo cultural que não cessa.

Assim como Laraia (2001) defende a percepção cultural como ponto de partida para o entendimento da complexidade das estruturas sociais, é impossível desvincular a cultura do processo de mudanças cada vez mais rápidas pelas quais a sociedade passa atualmente. Isto torna a cultura a própria lente para entender o ambiente em que se vive, obtendo papel fundamental para a compreensão desta monografia, em que a percepção da união dos ambientes físico e *online* transformaram o mundo.

A partir dessa perspectiva, é lógico admitir que a mudança de cultura desde a criação da *internet* até os dias atuais, e a constante mudança dessa mesma cultura, são influenciadas pelo ambiente e pelos indivíduos que a constroem. Em consequência, a globalização tem também interferido de maneira a acelerar essas modificações culturais dentro da vida das pessoas.

³ Uma das formas de identificar a movimentação nas redes e saber o que os internautas falavam – o que, depois, tornou-se parte da logística do processo de apuração de jornalistas –, foram as *hashtags*, que são palavras ou expressões antecedidas do símbolo de “jogo da velha” (#). Algumas das que foram usadas podem ser analisadas de modo a perceber a dinâmica das mídias sociais e das ruas. Algumas delas foram: #ProtestoBR – usada para tratar dos protestos em todo o país; #VemPraRua – *tag* geralmente acompanhada de um convite à participação nos protestos; #OGiganteAcordou – que fazia referência à explosão de protestos pelo país, após um longo período sem mobilizações; #NãoÉPor20CentavosÉPorDireitos – usada por internautas que rejeitavam a visão de que os protestos se limitavam ao valor do aumento das tarifas de transporte público; e #SemViolência – um dos principais lemas dos protestantes que defendiam manifestações pacíficas. Nesta monografia, essas *hashtags* serão utilizadas nos nomes dos capítulos, de modo a fazer memória tanto aos atos das Jornadas de Junho quanto à movimentação digital e ciberativista dos internautas. Em seguida às tags, em parênteses, serão apresentados os temas relativos a cada capítulo, como por exemplo, justificativa, comunicação pública e jornalismo online.

Fábio Malini e Henrique Antoun (2013) são enfáticos:

Não há lugar para dualismos e maniqueísmos, ao contrário, busca-se reposicionar e analisar as conexões entre o mundo digital e analógico, as redes digitais e a multidão nas ruas, a linha que conecta a contracultura, as lutas antidisciplinares dos anos 60 e 70, a cultura digital, o ativismo hacker, as narrativas midialivristas, as demandas por governanças, a democracia participativa, o fim da cultura do segredo. Estamos falando de um momento de codependência entre diferentes campos e de reconfiguração conceitual e política. (...) Não “entramos” mais na *internet*, ela nos atravessa de diferentes formas em conexões a céu aberto que lutamos para democratizar e acessar. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 10)

As revoluções de rua que ficaram conhecidas como Primavera Árabe, as ditas como “de ocupação” (*occupy*, em inglês) e também as Jornadas de Junho são frutos indissociáveis dessa complexa teia digital. Tais movimentos sociais em rede “são novos tipos de movimentos democráticos – de movimentos que estão reconstruindo a esfera pública no espaço de autonomia constituído em torno da interação entre localidades e redes da *internet*” (CASTELLS, 2013, p. 177).

Thomas Friedman (2013), repórter norte-americano crítico da mídia nos tempos modernos, fala no artigo *Por que temos visto tantas revoltas de rua em democracias?*⁴ que os governos eleitos pelo voto em todo o mundo não têm conseguido realizar o compromisso feito por eles durante as campanhas, além de censurarem parte da mídia e tolherem a população do sentimento de bem estar público. Ele afirma:

O que manifestantes na Turquia, Rússia e Egito têm em comum é uma poderosa sensação de “roubo”, uma sensação de que as pessoas que foram eleitas estão roubando algo mais que dinheiro: a voz e o direito das pessoas de participar do governo. Nada pode zangar mais um democrata recente, alguém que tenha acabado de conquistar o direito ao voto. (FRIEDMAN, 2013)

Sem as mídias digitais, tais ações nunca teriam ocorrido como ocorreram e toda a história dessas sociedades teria sido diferente, bem como o trabalho dos inúmeros jornalistas que cobriram tais manifestações ao redor do mundo.

Por aqui também, os protestos foram organizados *online*, usando das mídias sociais *Facebook* e *Twitter*, com destaque para a atuação do Movimento Passe Livre⁵. Em Brasília, duas manifestações tiveram destaque. A primeira, no dia 17 de junho, em que populares subiram e ocuparam a rampa do Congresso Nacional, e a segunda, no dia 20 do mesmo mês, em que foram registrados os maiores incidentes de depredação

⁴ Artigo originalmente publicado no jornal *The New York Times*, em 02 de julho de 2013

⁵ Movimento social brasileiro que defende a adoção da tarifa zero para transporte coletivo. Foi fundado em uma plenária no Fórum Social Mundial em 2005, em Porto Alegre, e ganhou destaque ao participar da organização dos protestos em São Paulo em junho de 2013.

na Capital – com destaque para os atos contra o Palácio do Itamaraty, na Esplanada dos Ministérios. Também no dia 20, todos os estados brasileiros possuíram pelo menos uma manifestação nas ruas, o que acarretou na data que mais levou pessoas aos protestos: quase dois milhões em mais de 80 cidades do país.

Por ser a Capital Federal, Brasília possui grande visibilidade no que se refere à política e acontecimentos sociais. Em contrapartida, possui apenas um grande jornal local impresso, em detrimento às várias sucursais com correspondentes de jornais de outras regiões do país. Tal contexto torna o local propício para a análise desses movimentos – que precisaram de mais tempo para serem entendidos por especialistas e jornalistas do que pelos próprios internautas.

Motivada pelo entendimento de que a cultura é o pano de fundo para compreensão do jornalismo que cobriu as Jornadas de Junho, esta monografia destaca a mídia social *Facebook* como ferramenta digital e cultural com importante influência nas notícias sobre os protestos da Empresa Brasil de Comunicação.

Criada por Marck Zuckeberg em 1997, a mídia foi amplamente utilizada nas manifestações de junho, no Brasil, disseminando e organizando os atos que popularizaram alcunhas como *Marcha do Vinagre* e frases como *Não é apenas por vinte centavos*. Por meio do *Facebook*, é possível compartilhar notícias e opiniões em grupos específicos de discussão, além de criar eventos com data e horário prévios.

A esse respeito, Renato Onofre e Leandra Lima (2013), repórteres do Jornal O Globo, escreveram que a onda de reivindicações marcou a então fase dos protestos que tomaram as ruas do país. “Pelas redes sociais, grupos aproveitaram a mobilização iniciada pelo Movimento Passe Livre para colocar em evidência as próprias agendas políticas” (2013, p.133).

Observar vestígios que associem a página de eventos do *Facebook* que organizou a manifestação do dia 20 de junho em Brasília e as notícias veiculadas na cobertura da Empresa Brasil de Comunicação sobre este ato suscita curiosidade a respeito da influência dessa mídia social no agendamento de notícias.

É relevante, dessa forma, examinar a maneira como a ligação entre a página de eventos do *Facebook* e a cobertura das manifestações se entrelaçam, dentro deste recorte, na medida em que as mídias digitais têm, há algum tempo, transformado o *modus operandi* da profissão.

1.2. #JuntosSomosFortes (Jornalismo online e a EBC)

Cada tecnologia de comunicação promove mudanças na vida das pessoas que interagem com ela (THAMUS *apud* BRAGA, 2011, p.97). A partir disso, cabe justificar, ainda, que conceitos focados no jornalismo *online* e nas características da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) serão importantes para que se trace o caminho de resposta a uma das perguntas centrais deste trabalho: as notícias da EBC sobre os protestos podem demonstrar efetivamente o agendamento da imprensa a partir do uso das redes sociais digitais e a consequente mudança cultural do jornalismo?

Nesse sentido, a hipótese do agendamento da mídia – desenvolvida por Maxwell McCombs e Donald Shaw em 1968 – nos indica traços do caminho percorrido pela imprensa durante as coberturas das manifestações. Em termos gerais, a hipótese do *agenda setting* afirma que a cobertura da mídia determina pautas para a opinião pública, o que faz do poder midiático potencializado dentro da esfera de influência do receptor.

A notícia é um produto cultural vivo, cujo DNA teria começado a se formar ainda na pré-história. Seu DNA é a informação, cujos elementos básicos são os fatos. A mutação da notícia que acontece hoje deriva do hipertexto, a revolução tecnológica que permite colocar em rede textos sequenciados, acompanhados de imagem e de som, para uso múltiplo e comum. (JORGE, Thaís, 2013, p. 150)

Por isso, como é certo entender que houve ampliação da vida social do homem, os jornalistas, como humanos, também se viram transferindo para a *web* funções e métodos típicos do jornalismo impresso. Isso os torna, portanto, imersos na mesma rede em que foram organizadas as manifestações de rua – embora possuam, dentro da perspectiva profissional, outras competências e responsabilidades, discutidas no Capítulo 4 deste Trabalho.

Dessa forma, observar o agendamento é levar em consideração a complexidade cultural em constante mudança de Laraia, os conceitos de rede de Castells, as mobilizações sociais em conjunção com as mídias digitais, as mutações jornalísticas apontadas por Thaís Jorge e as características particulares da EBC – empresa de comunicação pública que tem “a possibilidade de fugir da lógica comercial típica, caracterizada pelo uso exacerbado de publicidade e técnicas de promoção de vendas conhecidas como *merchandising*” (CRUZ; CORRÊA; SOUZA, 2014, p. 578)⁶.

⁶ O artigo “O papel da comunicação pública como alternativa de transformação social: uma análise de casos mundiais” foi escrito por mim e pelas coautoras Isabella Corrêa e Kelsiane Nunes Souza, e publicado como parte

Em relação ao alcance e repercussão do conteúdo da Empresa Brasil de Comunicação, a instituição gerencia material para dois canais de televisão (a TV Brasil e a TV Brasil Internacional), uma agência de notícias (a Agência Brasil), para a Radioagência Nacional e para o sistema público de Rádio – composto por oito emissoras. Juntas, essas emissoras levam a programação da TV Brasil a 1,8 mil municípios brasileiros e a 45 países.

A Agência Brasil e a Radioagência Nacional produzem conteúdo jornalístico sob a licença *Creative Commons*. Ou seja, todo o material produzido por elas pode ser reproduzido e modificado em qualquer mídia desde que citada a fonte. A Agência Brasil tem em média 2 milhões de visitantes únicos por mês e a Radioagência mais de 24 mil usuários cadastrados⁷.

Em tempo, segundo o Código de Conduta dos jornalistas da empresa, o compromisso com a busca da verdade, com o respeito aos fatos e aos direitos humanos, com o combate aos preconceitos, com a democracia e com a diversidade é “mais do que um conjunto de regras e normas de comportamento, trata-se de um compromisso social da empresa e seus jornalistas” (BREVE, 2013, p.8).

O caso das Jornadas de Junho no Brasil perpassou a cobertura dos maiores jornais nacionais e locais, tomando grande proporção e importância dentro da vida em sociedade do país. As demandas eram diversas, mas impactavam o dia a dia dos manifestantes (transporte, educação e saúde), gerando alto valor noticioso para as emissoras jornalísticas. Pela considerável abrangência da EBC nos territórios nacional e internacional, e pela clara preocupação com a participação cidadã na produção de notícias e na promoção de conteúdos pouco explorados pela mídia tradicional, que se faz a escolha da mídia pública como objeto de estudo deste Trabalho de Conclusão de Curso e não de outra emissora de caráter privado.

Ter a cobertura das Jornadas transmitida por uma ou outra empresa de comunicação faz diferença, pois evidencia o posicionamento delas a respeito das manifestações e garante o caráter público ou privado de cada uma. É assim que a empresa de comunicação pública do Brasil, a EBC, aparece como modelo de análise para este Trabalho, haja visto que criar instrumentos para a promoção de debates e para a promoção de visões plurais sobre a sociedade é uma capacidade dos sistemas públicos de comunicação.

da produção acadêmica da XIII Simulação das Nações Unidas para Secundaristas – SiNUS 2014.

⁷ Dados de 29 de abril de 2014, atualizado às 18h54.

É este sistema que se apresenta como alternativa possível para o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que diz:

Todo o homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras. (Organização das Nações Unidas. 1948, pág. 4)

O sistema público de comunicação é participante da nova cultura que deve considerar a cidadania, os debates democráticos, a responsabilidade social, a pluralidade, o interesse público, a busca pelo bem comum e pela prestação de contas ao cidadão (CRUZ; CORRÊA; SOUZA, 2014, p. 580), tornando-o a escolha pertinente para estudo neste Trabalho de Conclusão de Curso – que observará em alguma instância o agendamento da mídia pública em detrimento das demandas sociais em um evento de grande impacto e interesse para a sociedade brasileira.

Entender o processo de agendamento da mídia amplia a qualidade do jornalismo na *web* e configura um novo modelo de ação nas empresas, que precisam se readaptar constantemente para tornarem-se competitivas. Academicamente, o tema traz o olhar questionador sobre a hipótese do agendamento e do processo de produção de notícias que são comumente utilizadas nas mídias tradicionais, hoje adaptadas para o processo de jornalismo *online*.

No início do trabalho dos profissionais na *internet*, na década de 1990, os jornais *web* apenas serviam de local de armazenamento de matérias já publicadas nos jornais impressos. Não havia produção específica para esse novo meio, nem mesmo se sabia que tipo de comportamento seria o adequado, por parte do jornalista, nessa nova área. Foi um processo de descoberta em que, gradativamente, pesquisadores e jornalistas interessados na área descobriram as particularidades de um jornal feito para a nova plataforma.

Com a constante mudança, evolução e adaptação dessa dinâmica dos jornais *online*, e, conseqüentemente do jornalista inserido nessa rede, será necessário entender minimamente como acontecimentos sociais a exemplo das Jornadas de Junho se entrelaçam com as mídias digital e traçam, em consequência, um possível agendamento de conteúdos noticiosos.

O próprio funcionamento da *internet* e a mudança natural das características de produção de notícias nessa rede trazem uma nova perspectiva de atuação dos jornalistas frente aos desafios de encontrar e escrever uma matéria no espaço público

(CASTELLS, 2003) que é a *internet*. A rotina produtiva é influenciada por agentes externos que condicionam a informação que chega ao público e o mundo aproveita dessa comunicação para fazer prevalecer convicções diversas (MIDÕES, 2011).

Com a industrialização da imprensa, surge a cultura estandardizada e uma nova perspectiva a respeito das rotinas produtivas, e do domínio dos poderes editoriais, políticos e econômicos (idem). Sobretudo com a *internet*, o cidadão tem cada vez mais a possibilidade de argumentar sobre o acontecimento e de acrescentar algo de novo ao assunto. Os novos meios possibilitam o “aparecimento da esfera pública” porque retomam “a troca de opiniões, alimentada por uma racionalidade comunicativa” (BRITTES *apud* MIDÕES, 2011).

A *internet*, e em especial para esta monografia as mídias digitais, é local de intensa troca de informações entre indivíduos. Com a inserção da atividade jornalística nesse meio, torna-se imprescindível buscar entender como o cidadão consegue influenciar assuntos que viram notícia. As duas atmosferas (*online* e física) estão conectadas e se alimentam, tornando essa transformação ainda mais complexa.

E, diferentemente dos veículos tradicionais de imprensa, que são meios de informação, o que a biopolítica da multidão *online* tem empregado é a transformação das mídias sociais em mídias de coordenação. E mais do que isso, a “narrativa de muitos” com uso de *hashtags*, ultrapassa e reinventa a noção de *breaking news*. Ela traz a autonomia para o modelo da mídia *online*, porque faz da vida e da história as condutoras do tempo real, ao não paralisar o tempo, mas apropriar-se dele e reterritorializá-lo com a narrativa coordenada da ação coletiva. (MALINI e ANTOUN, 2013, p.188)

A participação popular dentro e fora das mídias sociais é, nesse caso, mais que constatação, é ponto de partida para entendimento do estudo de caso que interliga uma página de eventos no *Facebook* com uma cobertura jornalística particular. Buscar entender que caminho a notícia percorre das redes sociais até chegar novamente no cidadão é tema instigante e que desperta curiosidade, abrindo caminhos, inclusive, para estudos posteriormente aprofundáveis.

1.3. #ARuaÉDoPovo (Internet)

Para se chegar a uma resposta satisfatória às perguntas deste Trabalho, é preciso que se considere a complexidade da dimensão humana, que une na mesma categoria de real o homem e as coisas.

Nesse sentido, após os primeiros atos acontecidos em São Paulo, Manuel

Castells (2013) defendeu que o que diferencia os dias atuais dos de antes é que, agora, os cidadãos têm instrumentos próprios de informação, auto-organização e automobilização que não existiam⁸.

Antes, se estavam descontentes, a única coisa que podiam fazer era ir diretamente para uma manifestação de massa organizada por partidos e sindicatos, que logo negociavam em nome das pessoas. Mas, agora, a capacidade de auto-organização é espontânea. Isso é novo e isso são as redes sociais. E o virtual sempre acaba no espaço público. Essa é a novidade. Sem depender das organizações, a sociedade tem a capacidade de se organizar, debater e intervir no espaço público. (CASTELLS, 2013)

São essas novas tecnologias que desafiam diariamente o processo jornalístico. Como observado por Castells (2013) e Braga (2013) – que defendem que o uso dessas ferramentas leva as pessoas às ruas –, também o jornalismo *online* tem a característica de poder ser ampliado.



Figura 1 – Manifestantes em Rio Branco são mobilizados pelas redes sociais.

Fonte: G1.com, 2013

Tal poder transgressor pode ser objetivamente notado em matérias como *Manifestantes em Rio Branco são mobilizados pelas redes sociais*⁹, lançada na rede em 22 de junho de 2013, e que demonstra a influência das mídias sociais já nos títulos das publicações. Não é mais o “aconteceu na praça na frente da minha casa”, é o “aconteceu no *Facebook*, no *Twitter*, no *Instagram*”. Nesta nova *Ágora*¹⁰ (MIDÕES, 2011) – o espaço público por excelência, a autonomia da comunicação (CASTELLS, 2013) é essência dos movimentos sociais, pois é nessas ferramentas que se publicizam – e por vezes surgem – as demandas da sociedade.

⁸ Disponível em www.nenoticias.com.br/78342_manuel-castells-analisa-as-manifestacoes-em-sao-paulo.html

⁹ Matéria disponível para acesso em <http://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2013/06/manifestantes-em-rio-branco-sao-mobilizados-pelas-redes-sociais.html>

¹⁰ Espaço fundamentalmente público em que ocorriam discussões entre os gregos e de grande importância na tomada de decisões políticas, judiciais, econômicas, religiosas e culturais das cidades. Eram praças públicas em que as decisões eram feitas por voto direto dos cidadãos

1.4. # QueremosSaúdePadrãoFifa (Facebook)

A mídia escolhida para observação nesta monografia foi o *Facebook* por se tratar da rede digital com maior número de seguidores no mundo e no Brasil, e por ter tido importante papel durante a organização dos protestos. Como não havia salas de reunião para ir para que se discutissem as demandas, as páginas de eventos dessa mídia fizeram o papel de sala de coordenação das manifestações.

Em fevereiro de 2014, a plataforma afirmou possuir mais de 1,23 bilhão¹¹ de usuários ativos, que utilizam a rede social ao menos uma vez ao mês. O Brasil é, atualmente, o terceiro colocado em número de seguidores desta mídia, com 61,2 milhões¹² de perfis, atrás dos Estados Unidos (146,8 milhões) e Índia (84,9 milhões).

Além disso, a mídia tem como característica a aproximação afetiva entre amigos e familiares, deixando de ser apenas transmissor de informações em tempo real, caso do *Twitter*, além de possuir páginas que organizam eventos para datas e horários específicos, em que os usuários podem confirmar ou não a presença neles.

Páginas com essas características foram utilizadas nas Jornadas de Junho, tornando-as espaço resguardado de informações deixadas por usuários, em um registro histórico de demandas e relações sociais. Tais páginas podem demonstrar em que medida os eventos no *Facebook* influenciaram as coberturas da manifestação do dia 20 de junho, em Brasília, pela EBC.

¹¹ Fonte: *Facebook* – fevereiro de 2014

¹² Fonte: Consultoria eMarketer – dezembro de 2013

CAPÍTULO 2. #MídiaSemCatraca (Comunicação Pública)

2.1. Comunicação pública como rede de democracia e socialização

Comunicar é criar relações de sentido com o mundo. Esta ideia – de que a comunicação relaciona ideias a pessoas e, assim, modifica o modo de enxergar o mundo dos envolvidos – é a justificativa da Escola de Chicago, responsável por defender a reflexão teórica do agir comunicativo no século 20. A defesa da Escola é a de que, através de símbolos, a sociedade faz referências com o que a cerca e, assim, é capaz de interpretar o mundo (CRUZ, CORRÊA, e SOUZA, 2014). Esta visão considera o homem no seu meio social e durante a própria interação social.

Dito isto, entende-se que a reflexão a respeito das ações de comunicação transforma o ambiente em que vivemos. Nesse mundo cada vez mais complexo, tal tese de que os processos de interação entre as pessoas são constituídos simbolicamente torna possível relacionar os diversos tipos de comunicação com as diversas formas de interpretação de mundo.

John Thompson¹³ (2011) justifica o posicionamento de que a comunicação é capaz de transformar o modo como a sociedade entende determinado fato ao garantir que, durante toda a história da humanidade, os seres humanos têm se ocupado em trocar fluxos de informações e de conteúdos repletos de sentidos. Ele afirma que, desde o uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos tecnológicos, todos esses processos comunicativos de circulação de conteúdo simbólico têm sido centrais da vida em sociedade. Dessa forma, a escolha por determinado tipo de discurso molda e sustenta visões sobre determinado assunto, bem como hierarquiza valores.

Ainda segundo o autor, a reprodução constante de símbolos entrelaçados aos discursos comunicacionais é uma das características que se encontram na base da exploração comercial dos meios de comunicação, o que torna mercantilizadas as formas simbólicas (THOMPSON, 2011). A partir dessa visão, entende-se que a comercialização desses discursos, ou seja, a transformação da informação em troca de algum lucro financeiro ou social é parte do princípio de que comunicar é criar relações específicas e direcionadas com o mundo.

Também Castells (2013) se aproxima desta ideia ao destacar que os seres

¹³ Sociólogo que tem como principal área de atuação o estudo sobre a influência da mídia na formação das sociedades modernas. A publicação *Ideology and Mass Culture* é uma importante referência para diversos estudos na área da Comunicação.

humanos significam e ressignificam ações e comportamentos a partir do momento que interagem com o meio ambiente natural e social, “conectando suas redes neurais com as redes da natureza e com as redes sociais” (p.11). O posicionamento do autor assegura que a constituição dessas redes é realizada pelo ato comunicacional, haja vista que o processo de comunicar é realizado a partir do compartilhamento de significados e pela troca de informações.

Tendo isto mente, dentre os sistemas de comunicação – em que podemos encontrar o estatal, o governamental, o privado e o público, este último tem a possibilidade de não ser regido pela lógica comercial típica, que enriquece a partir do uso exacerbado de publicidade e técnicas de vendas, o conhecido *merchandising*.

O conceito de comunicação pública é, porém, centro de divergência. Elizabeth Brandão¹⁴ (2012) afirma que, apesar de tantas definições, todas compartilham a ideia de que a comunicação pública é um processo entre Estado, governo e sociedade, e tem por objetivo dar informações capazes de construir a cidadania. Comunicação pública está conexa a informações sobre Estado, ações governamentais, terceiro setor¹⁵ e também ações privadas que são de interesse público.

Segundo Fossá e Kegler (2012), comunicação pública está mais relacionada à forma de fazer comunicação do que com quem a faz. Para os pesquisadores, ela é feita de forma dialógica, ou seja, entre o emissor e o público, e com interesse na própria mensagem, no conteúdo.

Assim, a comunicação pública deve prezar pela diversidade cultural e não se limitar a transmitir uma programação cultural, mas deve se alimentar de conteúdo cultural próprio. O caráter cultural define o sistema público: “O que não envolve não se limitar a ter uma faixa de programação com conteúdo cultural, mas ter a cultura como projeto que atravessa qualquer um dos conteúdos e dos gêneros” (Martín-Barbero *apud* VALENTE, 2009, p. 71-72). Nesta monografia, a comunicação pública é entendida como a que busca levar informações de qualidade e de interesse público, tendo em vista a construção da democracia e a participação pública na programação.

Ainda de maneira a problematizar esta questão, pode-se observar a comunicação pela ótica da cultura material. Daniel Miller (2006) assim o faz e afirma

¹⁴ Doutora em Ciências da Informação, mestra em Sociologia Política e Comunicadora Social tem como área de atuação a Comunicação Pública. Além de algumas publicações, no ano de 2005 coordenou um grupo de estudos sobre Comunicação Pública.

¹⁵ Instituições sem fins lucrativos e não governamentais que têm como objetivo gerar serviços de caráter público

que o consumo, muitas vezes, é a destruição da cultura material e o considera intrinsecamente ruim. Para o autor, faz-se necessária uma alternativa para o consumo, para o conteúdo veiculado nas empresas de comunicação e para a participação do público de maneira efetiva e interativa. De acordo com essa ideia, neste Trabalho, entende-se que tal alternativa pode ser desempenhada por empresas públicas de radiodifusão, pois, assim, transfere-se para o bem-estar social e para a manutenção da cidadania a ação comunicativa dos meios.

A aceitação desta transferência torna o anúncio comercial incompatível com a linguagem da radiodifusão pública. Laurindo Leal Filho (2003), primeiro ouvidor da Empresa Brasil de Comunicação, em 2008, analisa que o apelo ao consumo, conquistado através da emoção do anúncio comercial, é inconciliável com a programação mais reflexiva, balizadora do modelo público.

Quando você introduz o anúncio “compre, venda e use!”, você paga pela emoção, o ritmo passa a ser outro, e esse ritmo fatalmente contamina o ritmo da programação. (...) Só a emissora pública pode fazer isso, analisar a si mesma, analisar a própria televisão, e, o mais importante, oferecer ao público programas de qualidade em toda a sua grade horária, e não só em alguns momentos, como fazem esporadicamente as redes comerciais. (FILHO, 2003, p.85)

A comunicação pública pode complementar pontos de interesse coletivos e, a partir de suas estruturas, trazer outras visões de mundo, além da visão financeira. É interessante observar, no entanto, que embora as mídias tidas como privadas estejam relacionadas ao lucro financeiro, tais instituições têm, por princípio, compromissos éticos com a informação.

O exercício desses compromissos éticos é assegurado por medidas, códigos e normas, que, ao menos em tese, asseguram seu cumprimento. Em contrapartida, por serem empresas que modificam discursos e símbolos, quando o mercado e a economia assim o ditam, essas companhias podem deixar de transmitir conteúdos de caráter social, artístico, cultural e intelectual às pessoas. Esses conteúdos são os mais visados pela mídia pública e interferem nos níveis de consciência e de maturidade da população (REBOUÇAS, 2003, p.122)

Com o mesmo pensamento, Thompson (2011) caracteriza a comunicação como um tipo diferente de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e que implica na utilização de recursos de vários tipos. Assim, quais sejam as estruturas de pensamentos que regem as instituições, a troca da lógica comercial típica pela de caráter público transforma a maneira como o público

receberá e disseminará ideias e posicionamentos dentro da própria sociedade.

A mídia pública é capaz de colaborar com a construção da participação social dentro da sociedade. Murilo César Ramos (1996 *apud* SILVA, 2009) aponta que a presença de um sistema público de comunicação é essencial para o desenvolvimento democrático. Ele afirma que a chave para a democratização social do mundo caminha junto com o fortalecimento das organizações sociais de base e do sistema político.

A visão é compartilhada por Eugênio Bucci (2003), ex-presidente da Radiobrás, quando diz que comunicação pública apenas pode existir caso ela se disponha a criticar o espetáculo midiático e não se submeter às leis que o tangem.

Isso não estava na prisão das utopias iluministas do século XVIII, das utopias liberais, das utopias democráticas. Não estava no sonho daqueles que projetaram que, para melhor vigiar o Estado, o jornalismo deveria se organizar como empresa privada. Isso não estava lá, porque, hoje, estamos vivendo numa situação que, para ser independente frente ao mercado, é necessário que o jornalismo se estruture numa dimensão pública. (BUCCI, 2003, p.55)

A comunicação pública se apresenta, portanto, como alternativa cultural para a lógica industrial pura. Edgard Morin (1969) dizia que vive-se a chamada segunda industrialização, em que não mais o território é invadido, mas o espírito e os pensamentos das pessoas. Uma cultura orienta, desenvolve, domestica certas virtualidades humanas, mas inibe ou proíbe outras. “Constitui-se de um complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos e orientam as emoções” (p.17).

Daí a importância de discutirmos por que meios as ideias, instintos e emoções disseminados e criados a partir de fatos sociais como as manifestações de junho de 2013 no Brasil são transmitidos. Faz diferença que elas sejam entregues ao público por empresas comprometidas com a democratização, responsabilidade social e construção de um mundo distinto da lógica comercial. Assim, constrói-se outro tipo de cultura, em tese também comprometida com a justiça e os direitos democráticos.

Em tempo, deixa-se claro que o objetivo desse sistema de comunicação é o de criar “uma rede que envolva todos os agentes de uma sociedade na busca pelo interesse dos cidadãos, por meio do diálogo e considerando diferentes pontos de vista, objetivando consensos e a consolidação da democracia” (CRUZ, CORRÊA, e SOUZA, 2014, p.583).

Se, dentro deste universo de experimentação, educação e cultura, encontrar-se também a ação jornalística e o intermédio de profissionais dessa área para atuação

no caso de protestos de rua, como o objeto deste estudo; bem como a apropriação, de mídias e aplicativos digitais, pressupõe-se uma cobertura supostamente distinta das demais, haja visto que é interligada aos ideais de comunicação pública citados.

2.2. A Empresa Brasil de Comunicação (EBC)

A radiodifusão no Brasil surgiu com caráter público, mas rapidamente se transformou em comercial, fazendo com que os brasileiros se acostumassem apenas com a presença da mídia privada, a partir dos anos 1950 (CRUZ, CORRÊA, e SOUZA, 2014, p.591). Silvano Pereira Silva (2009) conta esta história e acrescenta que a criação do sistema público de comunicação brasileira só ocorreu após duas décadas da redemocratização do país, nos anos 2000.

Segundo o autor, alguns motivos podem justificar esse fenômeno: primeiramente, embora o Brasil tenha tido a chance de se redemocratizar, ainda havia muitas barreiras para que a comunicação pública virasse realidade. Depois, a mídia comercial já estava enraizada no cotidiano brasileiro e a discussão sobre uma comunicação diferente não era realizada junto ao público. Além disso, o tema também era deixado de lado pelo Estado e não havia políticas públicas específicas sobre o assunto. E depois, a falta de legislação adequada e o sucateamento de outras esferas próximas do sistema público, como as televisões educativas, não colaboravam para o debate aberto sobre a criação de uma mídia pública que atendesse às demandas que faltavam na mídia tradicional.

De acordo com Silva (2009), tais fatores não permitiram que a radiodifusão pública se desenvolvesse adequadamente no país. Com a priorização da radiodifusão comercial, criou-se um ambiente onde sistemas privados tivessem maior apelo. Além disso, a insuficiência financeira e, portanto, a dependência governamental, impediu, e ainda impede, que o sistema público de comunicação brasileiro seja autônomo.

No caso brasileiro, o modelo público de comunicação sucumbiu ao comércio com a regulamentação da publicidade, em 1932 (FILHO, 2003), quando o governo autorizou as emissoras a ocuparem 10% de suas programações com anúncios, e esses 10% se ampliaram até o quadro que temos hoje: um pouco de programas no meio de muitos anúncios.

Segundo analisa o sociólogo Renato Ortiz, o presidente Getúlio Vargas, apesar de sua tendência centralizadora, tinha que compor com as forças sociais existentes, no caso, o capital privado. Está aí, nesta observação de

Ortiz, a gênese da absoluta falta de limites entre o público e o privado na radiodifusão brasileira, que se perpetua até hoje, com financiamento dado pelo Estado às emissoras privadas de televisão, sob as formas de publicidade, patrocínios, renúncias fiscais e isenções alfandegárias. Mais do que isso, no Legislativo, temos um total desrespeito ao público e ao privado, com a presença de parlamentares tendo concessão direta ou indiretamente de emissoras de rádio e televisão (FILHO, 2003, p.80)

A Constituição Federal de 1988 estabelece, no artigo 223, a existência de um sistema público de comunicação. No entanto, apenas em 2006 surgiram discussões mais contundentes para a criação da TV Pública, encabeçadas pelo então ministro da Cultura, Gilberto Gil. O sucessor do cargo, Franklin Martins, criou um grupo técnico que elaborou as bases da Medida Provisória (MP) 398, que depois foi convertida pelo Congresso na Lei nº11.652, de 7 de abril de 2008, e que oficializou a criação da instituição. A MP autorizou o Governo a criar uma nova empresa de comunicação que seria a responsável por gerenciar todos os canais consignados da própria União. Em 31 de outubro de 2007 a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi criada, por meio do Decreto 6.246 – revogado no ano seguinte pelo Decreto 6.689.

Atualmente, a EBC atua como sucessora das antigas estruturas de comunicação do Governo Federal. A Radiobrás – instituição criada em 1975 para gerir as emissoras de rádio e televisão do Governo Federal – foi incorporada à EBC e outras estruturas, que não puderam ser extintas, servem atualmente como prestadoras de serviços da empresa¹⁶. Esta relação ainda consistente entre a EBC e o Estado é ponto de crítica entre estudiosos. Afirma-se que a ausência de completa liberdade entre a empresa de comunicação e o financiamento Estatal influencia o conteúdo da instituição, a partir da ideia de que quem paga, exige serviços da maneira que convém.

A lei de criação da EBC aponta como objetivo institucional oferecer mecanismos que proporcionem o debate público sobre temas de relevância nacional e internacional, que desenvolvam a consciência crítica do cidadão e que colaborem com a construção da cidadania. A empresa deve ajudar a consolidar a participação popular, a democracia, a liberdade de expressão e deve cooperar para a formação educacional dos cidadãos brasileiros. É função da empresa apoiar projetos de inclusão social, dar abertura para programas independentes, buscar formatos criativos e inovadores de transmissão de conteúdo, promover parcerias a fim de fomentar produção audiovisual nacional e estimular produção de conteúdos interativos.

¹⁶ Informação retirada do Artigo 20 da lei de criação da EBC. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm.

A respeito da estrutura, a empresa é formada por uma Assembleia Geral, Órgãos da Administração – Conselho de Administração e Diretoria Executiva – e Órgãos de Fiscalização – Conselho Curador, Conselho Fiscal e Auditoria Interna. A composição desses órgãos é importante para garantir gestão plural e eficaz. Os conselheiros são escolhidos através de consultas públicas à sociedade.

Desde a criação, foram realizadas duas consultas públicas para que tais cargos fossem ocupados por nomes indicados pela sociedade civil e sem vínculo governamental. Apenas após tal indicação, o presidente pode ter liberdade para escolher quem fará parte do conselho¹⁷. A estratégia permite que, a cada cargo do conselho com o mandato vencido, após quatro anos, novas consultas sejam realizadas e cada vez menos haja influência direta da Presidência da República.

Dessa forma, o Conselho Curador constitui importante mecanismo de autonomia dentro desse sistema de comunicação. A partir dele, é possível garantir a intenção de que o conteúdo veiculado seja de interesse público. Com menos envolvimento governamental no conselho, são maiores as chances de existirem debates editoriais voltados para o público.

Como está explicado na página do Conselho na *internet*, ele pode, por exemplo, emitir voto de desconfiança à Diretoria ou a qualquer um dos diretores e até tirá-los dos cargos que ocupam. O Conselho deve sempre fiscalizar a programação para garantir que está de acordo com os interesses da sociedade. Por isso, quanto menor a participação do governo nas decisões do conselho e maior a da sociedade civil, maiores as possibilidades de uma comunicação realmente pública.

Cada setor é responsável por um ponto importante para garantir as atribuições da EBC. Dentre elas, estão: aprovar projetos, o planejamento anual da grade de programas, a linha editorial dos canais e orçamentos; proposição do regimento interno; administrar e fiscalizar o uso de recursos; e zelar pelas funções exercidas.

A Empresa Brasil de Comunicação possui dois canais de televisão (TV Brasil e TV Brasil Internacional), uma agência de notícias *online* (Agência Brasil – Abr), uma agência de notícias de rádio (Radioagência Nacional) e o sistema público de rádio, composto por oito emissoras¹⁸. A radioagência produz conteúdo para ser transmitido em qualquer rádio do país, e o sistema público de rádio tem programação com

¹⁷ Informação retirada da página do Conselho Curador na *internet*. Disponível em: www.conselhocurador.ebc.com.br/

¹⁸ Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/a-empresa>.

conteúdo próprio voltado para as emissoras. A EBC ainda conta com a *EBC Serviços*, que realiza trabalhos para os canais estatais ou governamentais e que também cuida da *TV NBR*, da *Voz do Brasil*, dos programas *Brasil em Pauta* e *Bom dia Ministro*, e do serviço de rádio que agrega conteúdo realizado por diversos órgãos do governo.

Para Murilo César Ramos¹⁹, no entanto, a EBC deveria se desvincular dos programas diretamente ligados ao Governo Federal, a fim de garantir mais autonomia. O autor reforça a ideia ao dizer que a NBR é um canal do Poder Executivo Federal e que, portanto, não deveria ser produzido pelo sistema público de comunicação brasileiro – a separação permitiria que a empresa pública não tivesse suas finalidades interpretadas de maneira errada. Mesmo com equipes separadas para os canais do Executivo Federal e para os canais exclusivamente públicos, há margem para interpretações sobre influências do Governo dentro da EBC.

A proximidade entre o que é público e o que é governamental na EBC não ocorre apenas na gestão dos canais. A manutenção financeira vem do orçamento da União, motivo pelo qual ainda há dependência do governo para viabilizar o conteúdo da instituição. Ainda há verbas de publicidade e de impostos progressivos embutidos no preço dos aparelhos de rádio e de televisão²⁰.

Os conteúdos difundidos pelos veículos de comunicação da EBC devem seguir os padrões estabelecidos pelos objetivos da empresa determinados em lei²¹. Na TV Brasil, por exemplo, há programas com temática de saúde, que incentivam a produção nacional de filmes, além de desenhos infantis educativos, e telejornais que têm agenda de pautas diferente dos telejornais tradicionais, com reportagens de cunho social, com debates sobre temas importantes para o telespectador, com análises econômicas e com análises políticas²².

Entre as rádios, a Nacional FM Brasília dispõe, por exemplo, de conteúdo diversificado. Há espaço para programas musicais de choro, de jazz, de samba, de rock, além de programas educativos e de agenda cultural²³.

¹⁹ Murilo César Ramos falou sobre o assunto durante o *Roteiro de Debates do Conselho Curador da EBC: O Modelo Institucional da EBC e as Relações com o Governo Federal*, em 20 de março de 2013. Disponível em: www.conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/files/Transcri%C3%A7%C3%A3o%20Roteiro%20de%20Debates.pdf.

²⁰ Informação retirada da Lei de criação da EBC 11.652, de 7 de abril de 2008. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm.

²¹ Informação retirada da Lei de criação da EBC 11.652, de 7 de abril de 2008. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm.

²² Informação retirada da página da TV Brasil na *internet*. Disponível em: tvbrasil.ebc.com.br/

²³ Informação retirada da página do sistema de rádios da EBC na *internet*. Disponível em: radios.ebc.com.br/.

Outro instrumento importante para a garantia de serviço junto à população é a presença de mecanismos que escutem as demandas criadas pela sociedade, caso da presença dos *ombudsmen*. Da Norma interna 001 da EBC, nasceu a ouvidoria da instituição. Pela lei de criação da empresa, as implicações da ouvidoria eram simplificadas, devido o momento de transição entre a implementação da empresa e a incorporação da Radiobrás. Segundo a lei, a ouvidoria deveria acolher as demandas, críticas e sugestões da sociedade em relação ao conteúdo dos programas dos canais públicos, mas foi com a Norma 001 que a ouvidoria foi oficializada. Com a Lei 11.652/2008 foi regulamentada a complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público e inclui-se a ouvidoria como um mecanismo de atenção ao público.

Desde então, as ouvidorias da EBC agem como pontes entre os usuários e a empresa em prol da melhor forma de gerar controle social. Como maneira de prestar contas aos cidadãos das reclamações e sugestões que fazem à empresa²⁴, programas semanais de pelo menos 15 minutos são veiculados nos canais de rádio e televisão, o que permitiu que o órgão passasse a ser considerado um Instrumento de Responsabilidade Social da Mídia (IRSM) dedicado não apenas à ação de caráter jornalístico, mas a todo o conteúdo veiculado pela empresa (PAULINO, 2013, p.55).

Com sede em Brasília e filiais no Rio de Janeiro, São Paulo e Maranhão, a EBC gerencia um canal de televisão nacional e um internacional (a TV Brasil e a TV Brasil Internacional), uma agência de notícias (a Agência Brasil), a Radioagência Nacional e o sistema público de Rádio – composto por oito emissoras. Quanto à repercussão das atividades da instituição, e segundo informações da própria empresa, a EBC lidera a Rede Pública de Televisão, com mais de 40 parceiras. Juntas, essas emissoras levam a programação da TV Brasil a 1,8 mil municípios brasileiros. No exterior, a TV Brasil Internacional chega a 45 países.

Em parceria com outras emissoras educativas, a programação da TV Brasil chega a 25 estados e ao Distrito Federal. O canal chega a 60 milhões de brasileiros que usam antena parabólica, enquanto a TV Brasil Internacional pode ser vista em 68 países por meio da tv por assinatura.

A Agência Brasil e a Radioagência Nacional são provedoras de conteúdo jornalístico, publicado sob a licença Creative Commons. O que quer dizer que todo o material produzido pelas agências da EBC pode ser reproduzido e modificado por

²⁴ Informação retirada da página da Ouvidoria na *internet*. Disponível em: www.ouvidoria.ebc.com.br

qualquer fonte desde que citada a fonte. A Agência Brasil tem em média 2 milhões de visitantes únicos por mês e publica em média 90 matérias e 85 fotografias por dia. A Radioagência veicula 100 áudios por dia e tem mais de 24 mil usuários cadastrados, entre emissoras públicas, comunitárias e privadas²⁵.

Todo esse conteúdo está integrado no portal da empresa²⁶ que, em abril de 2013, bateu recorde de audiência e ultrapassou a marca de mais de um milhão de visitantes únicos. Os 1.011.581 milhão de visitantes entraram pelo menos uma vez durante o mês e visualizaram 1.663.341 milhão de páginas. A EBC ainda possui perfis no *Twitter* (mais de 10 mil seguidores) e no *Facebook* (mais de 15 mil seguidores).

2.3. A cobertura da EBC nas Jornadas de Junho

A edição 2013 do Manual de Jornalismo da EBC destaca abertamente que o jornalismo prestado pela empresa é, em essência, um *serviço público*. Isto coloca o jornalista da empresa como empregado da sociedade, tendo a missão de “ser os olhos, ouvidos e demais sentidos do povo, reportando com fidelidade, precisão e honestidade os fatos e acontecimentos de interesse público” (BREVE, 2013, p.7). Segundo a publicação, para cumprir esta tarefa, o profissional deve ser independente, sem esquecer que os legítimos proprietários das informações que ele divulga são os leitores, ouvintes e telespectadores.

O desafio perpassa pela sujeição do repórter durante as interpretações pessoais e o questionamento do que seria, de fato, interesse público, “na medida em que os profissionais que se ocupam delas também são sujeitos sociais, com princípios, culturas e opiniões próprias sobre os assuntos de interesse da sociedade” (BREVE, 2013, p.8). A busca por este princípio de racionalização e questionamento contínuos de profissionais da EBC, e o caráter público de comprometimento com a democratização da informação da instituição moldaram a maneira como a cobertura das manifestações de rua em junho de 2013 foi feita (CRUZ, CORRÊA, e SOUZA, 2014). Também por isso, a empresa foi a escolhida para ser analisada neste trabalho.

Lídia Neves, Gerente de Integração de Conteúdos da EBC, em entrevista concedida a este Trabalho de Conclusão de Curso (a transcrição da entrevista pode ser encontrada nos Anexos desta monografia) trabalhou no jornalismo e na

²⁵ Dados de 29 de abril de 2014, atualizado às 18h54.

²⁶ <http://www.ebc.com.br>

atualização das redes digitais da empresa. A profissional é de opinião de que a empresa pública tem mesmo a natureza de preocupar-se com o cidadão, e considera que todo jornalista (da EBC ou não) parte do código de ética dos jornalistas para procurar a verdade dos fatos. No entanto, considera que trabalhar em uma empresa pública aproxima o profissional do que é de interesse do cidadão.

A Empresa Brasil de Comunicação, participou ativamente da cobertura das manifestações de rua dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Maranhão e em Brasília, locais em que a instituição possui sede e equipe de transmissão montada.

No entanto, a partir da participação colaborativa²⁷ do cidadão, a Empresa foi capaz de lançar notas sobre protestos nacionais, fazer álbum de fotos em diversas localidades, e ampliar a cobertura da instituição para além desses quatro estados.

Nas manifestações a gente usou bastante isso [conteúdo colaborativo] pra conseguir dar um panorama nacional do que estava acontecendo nas manifestações. Porque a EBC tem equipes em Brasília, no Rio e em São Paulo e um pouco no Maranhão. Fora isso a gente conta com a rede de emissoras públicas, rádio e TV. Mas para ter fotos, a gente usou bastante conteúdo colaborativo. (NEVES, 2014)

Inúmeras participações em redes sociais, notícias, reportagens em rádios e programas de televisão foram produzidos. Fazer um apanhado aprofundado dessas produções é, antes de inviável, afastar-se do objetivo proposto para esta parte do trabalho, a saber: a de fazer um apanhado simplificado da cobertura da EBC durante as manifestações de rua em 20 de junho de 2013. Isso, para que o leitor conheça a forma de atuação da empresa durante ações populares de alto valor noticioso, grande repercussão internacional e impacto social.

Assim, serão apresentados a seguir alguns aspectos considerados relevantes, de forma que se conheça a forma de trabalho da empresa quando se depara com uma crise como a apresentada nas ruas durante os protestos de junho de 2013. Foram levados em consideração também as entrevistas qualitativas feitas com a já citada gerente de conteúdos, Lídia Neves, e um dos editores de texto da TV Brasil que trabalhou na cobertura das Jornadas de Junho, Jonas Valente²⁸.

Por meio de programas como o Observatório da Imprensa, apresentados pela

²⁷ Qualquer pessoa que tiver interesse pode mandar conteúdo para a EBC pelo endereço <http://www.ebc.com.br/envie-sua-materia>. Nesse espaço a pessoa pode mandar fotos, vídeos, textos e contribuir com a cobertura da empresa.

²⁸ Jornalista, coordenador geral do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal. Membro do Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social e pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília (Lapcom/UnB)

TV Brasil, a EBC trouxe para a própria mídia a discussão de temas que tiveram destaque nos protestos e que saíram nos principais jornais do país. Em 25 de julho de 2013, foi ao ar o episódio *A Mídia nos Protestos*²⁹, em que se apresentou um panorama das manifestações nas cidades durante o mês anterior, além de trazer o debate ético a respeito da cobertura jornalística. O programa aprofundou o assunto, diferentemente de outros canais que nem sequer citaram que uma das reivindicações do povo era a atuação da mídia brasileira.

No editorial do programa, Alberto Dines, o âncora, defendeu que a mídia foi uma das instituições mais atordoadas durante a atividade de sua profissão e garantiu: “os repórteres foram as maiores vítimas das balas de borracha dos policiais”. O apresentador lançou mão de deixar claros os esforços traçados pelos portais de notícia e mesmo pelos repórteres que voavam em helicópteros acima das multidões; e, além disso, afirmou que quem nomearia esse capítulo da história seria a mídia: “a imprensa logo o entenderá e lhe dará um nome”, disse.

No que estava correto. As alcunhas de *Jornadas de Junho* e mesmo *Marcha do Vinagre* foram determinadas pela mídia e entraram para a história como o despertar brasileiro após as manifestações populares que pediam as Diretas Já, durante a redemocratização brasileira, e também os Caras Pintadas, no *impeachment* de Fernando Collor de Melo.

O programa trouxe convidados como Pedro Doria, editor executivo de plataformas digitais do jornal O Globo; Alessandra Aldé, jornalista e cientista política autora do livro *Arquitetos do Poder*; Lúcio de Castro, historiador e comentarista da ESPN no Rio de Janeiro, e Sylvia Moretzsohn, professora de jornalismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). O programa teve cunho interativo, tendo tido também a participação do público.

A presença de tais participações e de pessoas convidadas, além de entrevistas e perguntas de telespectadores deixaram o debate da TV Brasil amplo e mais profundo, pois trouxe a possibilidade de discutir temas como a atuação da imprensa. Esta é uma das características destacadas por Jonas Valente ao descrever a cobertura do Repórter Brasil, jornal nacional da emissora. Abaixo, partes do depoimento colhido em entrevista dão um panorama da cobertura:

²⁹ O programa está disponível para acesso no endereço: <http://tvbrasil.ebc.com.br/observatorio/episodio/a-midia-nos-protestos#media-youtube-1>

O Repórter Brasil ficou como todos os outros veículos de comunicação, tentando entender o que estava acontecendo. Você tinha desde pessoas que achavam que aquelas eram manifestações de esquerda, pessoas que achavam que eram manifestações de direita, pessoas que achavam que eram manifestações de todo mundo, e até pessoas que achavam que aquelas eram manifestações de quem não sabia o que estava fazendo, nem o que queria. Ou seja, um processo das pessoas de quererem entender o que que aquilo era. Isto em um primeiro momento. Então, houve uma discussão dentro da TV Brasil de entrevistar as pessoas, de ouvir os manifestantes, porque houve casos de VTs que falavam que “quebrou e que houve confusão” e que não ouviu uma pessoa. O que que aquela pessoa estava fazendo ali, o que que ela estava reivindicando? Acho que essa foi uma preocupação. Inclusive, muitas vezes, havia brigas dentro da redação, porque as matérias da TV Brasil repetiam o controle automático que toda a mídia fazia. Qual é esse piloto automático? É dizer: “a manifestação começou na rua tal, andaram durante quarenta minutos e entraram em confronto com a polícia”. E a gente sempre bateu no: óbvio que houve ação e reação de lado a lado, mas a gente não pode ficar dando as coisas dessa maneira! Então, houve, o tempo inteiro, uma discussão dentro das equipes, de alguns jornalistas preocupados e cobrando que a gente não fizesse uma cobertura que não criminalizasse os atos dos manifestantes. Isso nem sempre era possível (VALENTE, 2014).

O Manual de Redação da empresa especifica o comportamento que a equipe jornalística deve procurar ter ao lidar com temas e situações como greves, pautas de meio-ambiente, economia, ciência, diversidade cultural, e também sobre sociedade civil e movimentos sociais organizados (item k, p.59). Por ser empresa pública de comunicação, destinar-se e subordinar-se aos interesses da sociedade, as recomendações do manual indicam que, nessas situações, o jornalismo da EBC deve:

Perceber os movimentos sociais como objeto de pautas, merecedores de espaço e abordagem digna e sem preconceitos. Dessa forma, o jornalismo da EBC rejeita a invisibilidade a que muitos temas são relegados, mesmo sendo relevantes para segmentos da sociedade. Diversas políticas públicas têm mecanismos de participação, elaboração, fiscalização e controle formados nas comunidades e pelos cidadãos. São os conselhos, comitês, conferências e similares. Os fatos pertinentes a eles devem integrar a pauta do jornalismo da EBC (p.59)

Em 19 de junho, um dia antes dos protestos que levaram o maior número de pessoas às ruas³⁰ ocorrerem, a TV Brasil apresentou o programa *3 a 1* com edição especial³¹ que debateu as reivindicações que ocuparam as ruas e praças do país. O chefe do Estado-Maior da Polícia Militar do Distrito Federal, coronel Adilson Evangelista; o cientista político Leonardo Barreto; e Georgiana Calameris, uma das

³⁰ Levantamento divulgado em 21 de junho de 2013 pela Confederação Nacional de Municípios (CNM). Os dados mostram que houve protestos em pelo menos 438 cidades de todos os estados brasileiros e que quase 2 milhões de brasileiros estiveram presentes. As informações foram retiradas da matéria “Quase 2 milhões de pessoas participaram de manifestações em 438 cidades, da EBC.

³¹ O resumo da <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/programa-da-tv-brasil-analisa-as-manifestacoes-que-atingem-varias-cidades-do>

organizadoras da Marcha do Vinagre estiveram presente e falaram sobre os protestos.

Foram discutidos o legado das ainda recorrentes manifestações, os parâmetros de segurança policiais, a formação dos protestos, o distanciamento da participação de partidos políticos, o uso das redes sociais, e a formação crítica da população.

Neste momento, já era possível observar a participação dos cidadãos nas mídias sociais e na consequente atuação colaborativa do público nos assuntos publicados pela imprensa – com envio de comentários em grupos e que discutiam sobre as Jornadas. A esse respeito, e já dando pistas a respeito do agendamento causado pelos comentários dos internautas em mídias digitais, Lídia Neves destaca:

As redes sociais dão uma possibilidade de você interagir com o internauta, de saber o que as pessoas querem saber, o que as pessoas estão buscando. Então a gente tem uma possibilidade de trabalhar conforme o que as pessoas estão procurando, conforme o que estão querendo saber, conforme o que as pessoas não sabem. A gente acompanha em tempo real os dados que as pessoas estão procurando na *web*, a gente acompanha o que as pessoas estão interagindo nas redes sociais e com isso a gente consegue dialogar melhor com o que as pessoas estão querendo saber. A gente leva a informação que a gente entende que é importante pra elas, mas sempre dialogando com o que elas querem saber, com que tipo de dinâmica elas estão fazendo. Então, um momento é mais “memes”, outro momento é mais *hashtags*, em outro momento é um assunto de racismo que tá pegando, enfim, são os protestos. E é olhar pra isso, e com isso entregar conteúdo que contribua com a formação crítica delas da melhor maneira possível.

Em relação ao uso das mídias digitais pela empresa em partes do processo de apuração das pautas, Lídia explica:

A gente usa. Por exemplo nas manifestações a gente fez um mapa, a gente procurou encontrar o máximo de informações possível de locais onde iam ter manifestações. E aí, a gente acabou dando um furo no número mínimo de cidades que teve manifestações. E esse era um número que ninguém tinha. As pessoas não tinham a dimensão de quantos lugares estavam tendo manifestações. Então, com esse mapa que a gente conseguiu fazer, tinha 200 cidades brasileiras mapeadas, com eventos marcados.

A cobertura da EBC ajudou a tornar pública a discussão das demandas dos internautas e trouxe elementos como a ampla participação de fontes nas matérias – e que trouxeram diversas opiniões – para que o cidadão pudesse tirar as próprias conclusões sobre o efeito que os protestos haviam tomado no dia a dia do país.

Também na programação radiofônica, a empresa trouxe edições que debateram temas demandados pela população nas ruas. Foi o caso da reforma política, discutido durante programa da Rádio Nacional de Brasília em 16 de agosto.

A edição da mesa redonda do Programa Revista Brasil³² trouxe a avaliação de

³² O programa está acessível no endereço <http://radios.ebc.com.br/conteudo/parlamentares-apoiam-proposta-popular-de-reforma-politica>

parlamentares e convidados a respeito da reforma política, discutindo temas como financiamento de campanha, representação parlamentar, obrigatoriedade do voto, corrupção e votação parlamentar. Estiveram presentes o presidente da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, deputado Décio Lima (PT-SC); o secretário Geral Adjunto da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB/DF), Juliano Costa Souto; a diretora do Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE), Jovita José Rosa; e o cientista político e professor da Universidade Federal do Pará (UFPA), Edir Veiga.

Além de edições especiais em programas da grade comum da empresa, foram feitos acompanhamentos ao vivo pelos repórteres que faziam cobertura na rua³³. As Rádios da Empresa Brasil de Comunicação acompanharam as manifestações que aconteceram em cidades brasileiras e, durante os protestos, a equipe de reportagem espalhada pelo Brasil entrou com relatos ao vivo por telefone celular. A atividade aconteceu em rede na Nacional do Rio de Janeiro, de Brasília, Nacional FM Brasília, Nacional da Amazônia e Nacional do Alto Solimões e MEC AM do Rio de Janeiro.

Interessante observar que justamente por ser um espaço de debate, é possível encontrar espaço para que discussões específicas como essas tomem o espaço de um programa especialmente pensado para o tema. Tornando-se, assim, lugar de primazia para acolher debates democráticos e sociais. Não se nota, porém, o mesmo interesse nas mídias privadas de comunicação.

Para além das reportagens jornalísticas nos canais de difusão da empresa, reportagens com balanços, artes digitais e gráficos especiais foram produzidos após as manifestações. Foram feitos, por exemplo, *smart arts* com retrospectivas³⁴ das manifestações; e páginas com artes voltadas para explicar, por exemplo, projetos de reforma política³⁵. Nela, questões como o voto secreto, o sistema eleitoral, as coligações partidárias e a participação popular foram apresentados aos internautas.

Na *internet* eram escoadas as produções jornalísticas, bem como foram produzidas 441 matérias³⁶ específicas para o portal *online* (Agência Brasil³⁷) e

³³ Algumas das transmissões ainda podem ser escutadas pelo endereço: <http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/protestos-no-brasil-acompanhe-ao-vivo-nas-rádios-ebc>

³⁴ A retrospectiva pode ser conferida no endereço: <http://www.ebc.com.br/retrospectiva-2013>

³⁵ A página pode ser acessada pelo endereço: <http://public.ebc.com.br/semcache/design/projetos/reformapolitica/>

³⁶ Dados retirados da coluna de prestação de serviço ao consumidor feito pela Ouvidoria de 15 de julho de 2013. Acessível em <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/07/coluna-da-ouvidoria-as-redes-sociais-novas-utilizacoes-para-velhos-fins>

³⁷ <http://agenciabrasil.ebc.com.br/>

matérias inspiradas nas demandas das ruas, como gastos para educação e saúde, reforma política e Projetos de Emendas Constitucionais. A partir do *site* da Agência, é possível encontrar e selecionar as matérias que se deseja ler, de acordo com o interesse e combinação de palavras-chave. Aqui, são destacadas as tags “marcha do vinagre³⁸”, “manifestações³⁹”, “movimentos sociais⁴⁰” e “protestos⁴¹” por serem diretamente relacionadas aos protestos em questão. Os números a seguir foram levantados levando-se em consideração os meses de junho e julho de 2013:

Tabela 1 – Número de matérias por temática

	Matérias ao total ⁴²	Matérias 20 de junho ⁴³	20 de junho em Brasília ⁴⁴
Marcha do Vinagre	19	07	02
Movimentos Sociais	31	04	01
Manifestações	419	76	24
Protestos	362	71	22

Fonte: Autora, 2014

Ao final, a cobertura da EBC ainda teve fôlego para apresentar balanços, pesquisas e consequências das manifestações. Reportagens como “Manifestações

³⁸ As matérias com essa tag podem ser encontradas no endereço: <http://www.ebc.com.br/tags/marcha-do-vinagre-0>. Para esta pesquisa, foram considerados os meses de junho e julho de 2013

³⁹ As matérias com essa tag podem ser encontradas no endereço: <http://www.ebc.com.br/tags/manifestacoes>. Para esta pesquisa, foram considerados os meses de junho e julho de 2013 e matérias com temas correlatas às demandas das ruas tais como a reforma política, ação de políticos, reuniões causadas pelos protestos e a cobertura dos atos em rua. Foram desconsideradas as notícias que falavam de conflitos internacionais (como os casos do Egito e da Turquia) e as manifestações sobre: Jornada Mundial da Juventude, Marcha das Vadias, lutas sindicais e indígenas, e a respeito de Edward Snowden.

⁴⁰ As matérias com essa tag podem ser encontradas no endereço: <http://www.ebc.com.br/tags/movimentos-sociais>. Para esta pesquisa, foram considerados os meses de junho e julho de 2013 e matérias com temas correlatas às demandas das ruas nas Jornadas de Junho tais como ação de políticos, reuniões causadas pelos protestos e a cobertura dos atos em rua. Foram desconsideradas as notícias que falavam de conflitos internacionais (como os casos do Egito e da Turquia) e as manifestações sobre: lutas sindicais, partidárias e indígenas; e sobre o Fórum Internacional de Software Livre.

⁴¹ As matérias com essa tag podem ser encontradas no endereço: <http://www.ebc.com.br/tags/protestos>. Para esta pesquisa, foram considerados os meses de junho e julho de 2013 e matérias com temas correlatas às demandas das ruas tais como a reforma política, ação de políticos, reuniões causadas pelos protestos e a cobertura dos atos em rua. Foram desconsideradas as notícias que falavam de conflitos internacionais (como os casos do Egito e da Turquia) e as manifestações sobre: Jornada Mundial da Juventude, lutas sindicais e indígenas, decisões políticas de outra espécie que não as relacionadas com a Jornada de Junho, o Dia Nacional de Luta, as UPPs, e o Fórum Internacional de Software Livre.

⁴² Número total de matérias nos meses de junho e julho de acordo com os parâmetros definidos em cada tag

⁴³ Levantamento de matérias relacionadas aos protestos do dia 20 de junho em todo o Brasil e suas consequências nacionalmente e internacionalmente. Foram encontradas matérias nos dias 19,20,21,26 e 29 de junho e dias 2 e 7 de julho

⁴⁴ Levantamento de matérias relacionadas aos protestos do dia 20 de junho em Brasília e suas consequências. Foram encontradas matérias nos dias 19,20,21,26 e 29 de junho e dias 2 e 7 de julho

de rua mudaram hábitos e opiniões dos brasileiros⁴⁵ de 19 de maio de 2014 indicam:

Do ano passado para cá, aumentou de 33,7% para 36,2% o percentual de brasileiros que consideram a política coercitiva, com policiais bem pagos e punições severas, a melhor solução para o combate à violência e à criminalidade. Travassos considerou que a banalização da violência no último ano, seja em protestos ou na vida em geral, não significa que as ações sociais deixaram de ter importância para os cidadãos, mas que mais brasileiros enxergam a coerção como fundamental “para poder colocar ordem na casa”. (GANDRA, 2014)

Outras matérias como “Confira o saldo dos protestos que aconteceram em todo o país⁴⁶” de 3 de julho de 2013, e “#ProtestosBR: Pesquisadores apresentam dados sobre manifestações de rua e *internet*⁴⁷” de 26 de janeiro de 2014 também trouxeram informações resgatadas e atualizadas dos protestos.

2.4. Atuação *online* da EBC nas Jornadas de Junho

Como foi possível observar, a atuação da Empresa Brasil de Comunicação se utilizou de todos os canais de que possuía para tentar acolher ao máximo o clamor das ruas e se aproximar do papel de olhos, ouvidos e demais sentidos da sociedade (BREVE, 2013). É possível observar a atuação da instituição no que tange a aproximação desta com o que Sivaldo Pereira da Silva (2009) determina como característica fundamental de empresas públicas de comunicação.

Para o autor, a atual concepção de mídia pública incorpora características educacionais e culturais à programação. Fato que pode ser observado na procura em apresentar matérias com cunhos didáticos e traduzidos (no sentido de simplificado) aos leitores, ouvintes e telespectadores. Toda a cobertura teve caráter convergente (alguns dos dados podem ser observados na seção anterior a esta, no item 5.3), sendo utilizado o Portal da empresa como ancoradouro das reportagens de rádio e TV.

Também a Coluna da Ouvidoria da EBC (especificamente a de 15 de julho de 2013⁴⁸) teve apresentação esclarecedora aos leitores de dados levantados dentro da própria empresa e de sua produção jornalística. O ato de trazer tais números e dados

⁴⁵ A matéria pode ser lida na íntegra no link: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2014/05/manifestacoes-de-rua-mudaram-habitos-e-opinioes-dos-brasileiros>

⁴⁶ A matéria pode ser lida na íntegra no link: <http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/07/confira-o-saldo-dos-protestos-que-aconteceram-em-todo-o-pais>

⁴⁷ A matéria pode ser lida na íntegra no link: <http://www.ebc.com.br/tecnologia/2014/01/protestosbr-pesquisadores-apresentam-dados-sobre-manifestacoes-de-rua-e-internet>

⁴⁸ As informações contidas nesta seção podem ser lidas na íntegra pelo endereço: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/07/coluna-da-ouvidoria-as-redes-sociais-novas-utilizacoes-para-velhos-fins>

qualitativos de sua produção é caminho de retorno à sociedade do compromisso desta com o público que a provê financeiramente, como destaca o professor Luiz Martins da Silva (2013) ao debater os parâmetros para a ouvidoria da EBC:

Em se tratando de uma empresa pública, há uma premissa a ser levada em conta como ponto de partida para qualquer debate sobre os procedimentos de uma ouvidoria: o investimento é público e o retorno do mesmo deve reverter-se em benefício do público. Este é, portanto, um diferencial importantíssimo num exercício de elaboração de parâmetros para a Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação. No caso da EBC, a primazia do ato de ouvir deve estar centrada no cidadão. Que não é o cidadão-consumidor, mas o cidadão-contribuinte, em síntese, esse *status* de soberania civil: o patrão é o cidadão (SILVA, 2013, p.71).

Como indica a página em questão, ao analisar a cobertura dos protestos feita pela Agência Brasil, a Ouvidoria da EBC constatou uma postura mais aberta quanto a novos significados no uso das redes sociais e à espontaneidade dos protestos. Durante o período mais intenso das manifestações, que começaram em São Paulo na primeira semana de junho e terminaram no Rio de Janeiro em 30 de junho, data da disputa da final da Copa das Confederações no Estádio do Maracanã, a Ouvidoria encontrou referências às redes sociais em 10% das reportagens publicadas pela Agência (45 referências em 441 textos). A frequência foi praticamente a mesma nas matérias em que o passe livre ou o Movimento Passe Livre (MPL) foi citado: 11% (12 referências em 108 textos e oito referências em 75 textos, respectivamente).

A análise da ouvidoria pondera que com base nesses percentuais, seria possível deduzir que a presença das redes sociais nas Jornadas de Junho foi pouco expressiva, ao contrário do que aconteceu nas marchas contra a Corrupção em Brasília, no Rio de Janeiro e em São Paulo em 2011 e 2012. Na ocasião, dois terços das 15 matérias publicadas pela Agência sobre o assunto incluíram tais referências. O que aconteceu no entanto, foi que embora tais redes tenham sido utilizadas com mais força em junho de 2014, durante as marchas contra a corrupção o assunto era novo – o que chamou a atenção da imprensa à época. Isso e a quantidade de matérias ter sido consideravelmente menor que as de 2013.

Na cobertura das manifestações, a Agência repercutiu os assuntos em pauta com vários e diversos especialistas. Embora tal constatação seja primordialmente positiva, a crítica da ouvidoria rebate tais participações pelas mesmas terem sido basicamente de mesma opinião que as apresentadas nas mídias convencionais.

Diante disso, lançam perguntas à cobertura da Agência – este fato é considerado aqui como de alto valor, pois demonstra uma autocrítica quanto à atuação

da Agência e diferencia a EBC em detrimento das empresas privadas de comunicação, que pouco questionaram o modo de fazer jornalismo durante a cobertura das manifestações. A ouvidoria questiona, por exemplo, se o Movimento Passe Livre (MPL) não teria merecido mais atenção na cobertura feita pela Agência, e se uma matéria publicada até aquele momento no Portal da EBC seria suficiente.

Para os movimentos como o MPL, a utilização das redes sociais, mais que um indicador da motivação espontânea das pessoas que participaram nas manifestações, mostra que as redes também podem funcionar em um sentido mais tradicional como uma ferramenta para organizar, articular e agregar as demandas da sociedade. (2013)

A atuação da ouvidoria vai ao encontro do idealizado também no Manual de Redação da empresa. Pelo documento, a ouvidoria é parte integrante das ferramentas pensadas como estratégia para dar foco no cidadão durante as coberturas jornalísticas. Segundo o documento, os veículos da EBC devem servir-se cotidianamente dos canais de comunicação da sociedade com a empresa para alimentar a pauta e orientar o planejamento. Além da ouvidoria, destacam-se o Conselho Curador, os espaços eletrônicos disponibilizados pela empresa para contato com os cidadãos, os meios tradicionais como e-mails e telefonemas; os conteúdos postados em redes sociais, o próprio contato dos profissionais com a população, e as pesquisas de opinião, que oferecem elementos sobre o jornalismo da EBC.

Para além disso, o editor de texto da TV Brasil Jonas Valente destaca que durante as Jornadas, o uso, pelos jornalistas, das mídias sociais foi importante no momento de cobrir a pauta.

[Quando estava utilizando essas redes] eu estava procurando desde o agendamento dos eventos [páginas do *Facebook*], que passou a ser feito de maneira muito efetiva pelas redes sociais. A gente estava tentando entender o que estava ocorrendo e não existia uma reunião para onde você podia ir. Existiam algumas reuniões, mas eram por exemplo, dos comitês populares da copa que seguiram fazendo manifestações, o MPL seguia fazendo manifestação, outros movimentos sociais seguiam fazendo manifestações e então você conseguia ir naquelas reuniões, mas aquelas manifestações de 50, 70, cem mil pessoas, aquilo ali, o debate – se é que se pode chamar de um debate, eu acho que não é, porque o que havia era uma troca de mensagens....mas aquela troca de mensagens, ela se dava entre aquelas pessoas que nunca tinham participado de um ato, que nunca tinham ido pra lugar algum, ela [a discussão] se dava ali [nas redes sociais]. Então, muitas vezes a gente estava naquelas comunidades, nos eventos do *Facebook*, também para entender por que aquelas pessoas estavam participando daquilo. Quais eram as pautas que elas estavam colocando, como eram os processos deliberativos – que era uma coisa muito louca. Entrava-se num evento com 50 mil pessoas fazendo debate pelo *Facebook*, aí, as pessoas começavam a puxar votações e todo mundo puxava votação...então o *Facebook* era uma expressão muito clara das próprias pessoas que estavam descobrindo como fazer um protesto. Quem estava cobrindo aquilo tinha que acompanhar (VALENTE, 2014)

CAPÍTULO 3. #QuemSãoOsDonosDaMídia (O Jornalismo)

3.1. O Jornalismo *online*

O jornalismo é um produto cultural, um subconjunto da produção midiática (MARQUES; SOUSA, 2011, p.1416), em que as condições de trabalho e o uso de ferramentas definem o tipo de ação dentro de um sistema e as consequentes relações entre os envolvidos. Faz diferença se o canal utilizado é novo ou antigo, pois o uso de determinado meio caracteriza o uso de certas ferramentas e isso, ao final, modifica o processo de produção de notícias.

Como recorda Angèle Murad (1999), os jornais foram os primeiros veículos de comunicação a integrar o ciberespaço, “favorecidos pelo avanço das ferramentas tecnológicas e comandados pela decisão estratégica de não perder receitas publicitárias”. As diferenças do jornalismo praticado anteriormente ao uso das ferramentas *online*, no entanto, parecem ser poucas no que diz respeito à postura dos jornalistas. Mesmo com a entrada da *internet* no mundo do jornalismo – e também o contrário, o comportamento profissional em tese continua a ser a busca pelo equilíbrio entre as demandas públicas, a imparcialidade e a objetividade das pautas.

Desta forma, a rede da *internet* fez surgir um conceito reinventado de jornalismo. A ideia é compartilhada por João Messias Canavilhas (2001), para quem o aparecimento de novos meios de comunicação social introduz novas rotinas e novas linguagens à profissão. Sob esta perspectiva, o conceito da atividade se relaciona ao canal em que está ligado e utiliza linguagens adaptadas do respectivo meio. Deste posicionamento – de que o conceito de jornalismo se relaciona ao suporte, derivam títulos já conhecidos como jornalismo impresso, telejornalismo, radiojornalismo (MURAD, 1999) e, mais contemporaneamente, *webjornalismo*.

A etimologia gramatical desse conceito (jornalismo) remonta ao italiano (*giorno*) e ao francês (*jour*), que significam “dia”, e vêm do século 17, momento em que se lançavam os primeiros jornais europeus (MURAD, 1999). Nos anos 1980, provedores como o American *OnLine* começaram a disponibilizar serviços de notícia pela *internet* e, desde lá, o conceito evolui à medida que evoluem as tecnologias.

Ainda sobre a evolução do conceito e da profissão, Brin, Charron e Bonville (2007 *apud* MARQUES; SOUSA, 2011), assinalam quatro períodos históricos no desenvolvimento do jornalismo. São eles: o jornalismo de transmissão, praticado

durante o século 17, com difusão de anúncios; o jornalismo de opinião, do século 19, em que o jornal se mantinha a serviço das lutas políticas; o jornalismo de informação, consolidado no século 20, quando a melhora nas condições técnicas e econômicas ampliaram as possibilidades de coleta e de difusão da notícia; e o jornalismo de comunicação, em que a informação tem a possibilidade de ser relatada em tempo real e em continuidade. Para os autores, o jornalismo de comunicação ocorre ao mesmo tempo em que evoluem as técnicas de transmissão das mídias de informação eletrônicas – o que acaba por chegar na *internet*.

Como observa Thaís Jorge (2013), muito embora o conceito de jornalismo não exista em consenso no meio acadêmico, quando feito na *internet*, a unanimidade torna-se ainda mais difícil. Isso porque, ao sintagma, adicionam-se adjetivos como *online*, *web*, eletrônico, cibernético, digital. As distintas classificações têm, por vezes, papel de apenas diferenciar o canal e a plataforma pelo qual o jornalismo é produzido. Outras vezes, as diferentes denominações têm como perspectiva a própria profissão e seu caráter de compromisso com a sociedade. As adjetivações, no entanto, colocam em perspectiva uma já factual e existente maneira de se fazer jornalismo.

A autora explica: se se tomar como ponto de partida o suporte em que está ancorado, o jornalismo *web* é aquele em que, ao utilizar-se do aplicativo inventado por Tim Berners-Lee na década de 1990, acontece nas páginas da *World Wide Web*, a *www*, e que, em consequência, agrega os atributos desta plataforma, tais como interatividade, hipertexto e multimedialidade.

Por sua vez, jornalismo eletrônico resgata a ideia dos meios televisivos e não se liga, necessariamente à plataforma da *internet*. De outro modo, o ciberjornalismo é termo derivado do ciberespaço, em que a ênfase está na interconexão e na preocupação de reunir diversas mentes e ideias em uma produção coletiva (JORGE, 2013). O adjetivo “digital” é aplicado quando quer-se referenciar todas as formas de atividade em rede que não se utilize mais de meios analógicos e que passe a ser digitalizado, caso da TV digital e do próprio jornalismo.

Em sequência, jornalismo *online* pode ser visto como a simples transposição do conteúdo de jornais impressos, televisivos ou radiofônicos para uma plataforma em rede *online*, ancorado na *internet*, ou ainda, àquele jornalismo cuja preocupação está na agilidade em que é feito, no *tempo real* da informação divulgada⁴⁹ (JORGE, 2013).

⁴⁹ Neste trabalho, apenas como modo de simplificação, os adjetivos atribuídos ao jornalismo feito na *internet* serão considerados sinônimos.

Todo este conglomerado de sintagmas e conceitos molda a cultura jornalística em época de redes sociais digitais. Muito embora a *internet* tenha trazido mudanças que impactaram a sociedade e alteraram a organização da vida cotidiana em diversos setores da vida como a economia, o turismo e a política; para que consiga se aproximar de um conceito contemporâneo da atividade jornalística no meio digital, Thaís Jorge (2013) relembra que na rede, o espaço-tempo é diferenciado e que o modo de produção da notícia é modificado, bem como a cultura jornalística (p.30).

Hoje, o jornalismo é um suporte, como também uma via, uma estrada (PAVELOSKI, 2004), elemento mediador na comunicação contemporânea. Ela é uma mídia, embora não uma mídia unitária como o jornal, a rádio, a TV, ou o cinema. É uma mídia no sentido de mediação. E ainda: a *internet* é um meio de comunicação de massa no sentido de que veicula informações a um público amplo e de maneira simultânea, embora os dados não provenham de fontes centralizadas e sua comunicação não seja unilateral como os meios de comunicação clássicos (JORGE, 2013, p.32)

Seguindo esta linha de pensamento, podemos citar Castells (2003) ao defender que a *internet* é “o tecido das nossas vidas” (2003, p.7), e que possui, entre outros atributos, a “capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana” (idem). Ao concentrar-se na ideia de que “culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos” (LARAIA, 2001, p.59), incluem-se nesses sistemas as tecnologias, os diversos modos de organização econômica, agrupamentos sociais e todo o leque de padrões comportamentais e processos organizativos. Ampliar esta visão inclui, por lógica, o jornalismo.

Castells vai adiante. Ao afirmar que a *internet* é uma tecnologia da comunicação (2003), o autor defende que a prática humana “é baseada na comunicação, e a *internet* transforma o modo como nos comunicamos” (p. 10) e, com isso, nossas vidas são profundamente afetadas pela nova tecnologia da comunicação. De acordo com esta visão, pessoas, instituições, companhias e a sociedade em geral são todas transformadoras das tecnologias, apropriando-se delas, fazendo experimentações e as modificando.

Os jornalistas têm cultura e postura próprias na relação com a sociedade. O espaço em que o jornalista opera é de cuidado com a ética, os direitos humanos e os direitos autorais. Os jornalistas se relacionam com as fontes de informação e se dirigem ao público pelas práticas culturais e valores. Segundo Jean de Bonville, há um contrato de comunicação entre os agentes: editores, redatores, leitores, fontes de informação e fontes patrocinadoras. As condições de produção definem os termos de um tipo de convenção tácita que liga os atores do sistema de informações: jornalistas, fontes e público (MARQUES; SOUSA, 2011, p.1415)

A partir dessa compreensão, o jornalismo feito na *internet* é um produto modificado pela própria sociedade e que, em consequência, se modifica culturalmente com ela. A mudança no jornalismo *online*, quer seja no modo de produção das matérias, de captação de fontes e pautas, da interação com os leitores, ou de apresentação do texto é, essencialmente, cultural.

Na prática, é o que se pode notar no artigo “O The New York Times admite que está ficando para trás na batalha digital” veiculado no portal de notícias do El Pais Brasil em 16 de maio de 2014⁵⁰. No artigo, a jornalista Yolanda Monge revela que a falta de cuidado com a parte digital do tradicional jornal impresso tem feito com que a publicação perca vantagens em relação à concorrência. A matéria cita um relatório de 96 páginas elaborado ao longo de seis meses cujos resultados expunham que a liderança do jornal diminui à medida que novas empresas de comunicação, como Vox, e *Huffington Post* ampliam suas redações e as respectivas atuações na *internet*.

Ao final da notícia, a jornalista detalha que o relatório pede à direção do jornal uma “profunda reflexão sobre a independência da redação em relação ao restante da companhia, com vistas a envolver mais os líderes editoriais nas decisões tecnológicas”, um claro pedido de imersão no meio digital – estratégico para companhias que não querem ser esquecidas em meio às mudanças constantes.

Dessa forma, resta que se resgate a ideia de Laraia (2001) ao defender que culturas são sistemas de padrões transmitidos que organizam a vida em sociedade. Assim, quando se trata de comunicação, é preciso ter em mente que a sociedade toda está envolvida em processos contínuos e complexos. Envolver-se em um trabalho específico como o jornalístico faz do profissional de comunicação uma pessoa que precisa estar constantemente atenta às mudanças do ambiente e, para além disso, ser capaz de fazer associações com o mundo em que vive. Culturalmente, socialmente, filosoficamente, antropologicamente, economicamente, politicamente, tecnologicamente. O jornalismo, a partir dessa perspectiva, mudou. E mudou também por conta das mudanças causadas pela *internet* e das mídias digitais.

3.2. O jornalista como intermediador, o cidadão como autor

Dentre as mudanças acarretadas pela *internet* no jornalismo, é amplo o número

⁵⁰ O texto original traduzido pode ser lido pelo endereço:

http://brasil.elpais.com/brasil/2014/05/16/sociedad/1400271382_290935.html

de estudos que indicam a modificação dos papéis dos autores da notícia. Se, sob determinada perspectiva, o jornalista é deixado de lado na atuação exclusiva de produtor de matérias, o cidadão ganha o poder de atuar de maneira diferenciada em canais anteriormente dirigidos apenas aos jornalistas de profissão.

Isso só se torna possível a partir da apropriação cidadã da *internet*, que possibilita que todos os que possuam acesso à rede se posicionem a respeito de todos os assuntos e gerem um novo fluxo de informações.

Com os novos média, e sobretudo a *Internet*, o cidadão é cada vez mais o próprio jornalista. Com a *internet*, o cidadão é o produtor e o consumidor da informação, podendo mesmo recolhê-la junto da fonte, sem mediadores, entrando em discussão directa sobre a mesma, sem esta estar sujeita à selecção de informação e influências de terceiros (MIDÕES, 2011, p.325)

A mudança tempo-espacial, onde o perto e o demorado viram perspectivas questionadas, contribui para que o jornalista precise se readaptar à logística de produção e agendamento de notícias. Também a possibilidade de o leitor possuir o próprio canal, página, *blog* ou espaço em redes sociais, aproxima-o do modelo de produtor de informações que não existia sob a ótica tradicional dos meios. Os desafios se estendem, inclusive, na necessidade de o jornalista desenvolver uma linguagem própria, que contemple não apenas formas diferentes de narrativas, mas novas maneiras de disponibilizar as informações para o público.

Dentro da estratificação social particular do jornalismo, também não há unanimidade no que concerne ao lugar estabelecido pelos jornalistas e cidadãos. Quando Marques e Sousa (2011) sublinham que o jornalismo tem normas profissionais bem definidas, as autoras consideram que o jornal – em qualquer plataforma, é produto dessas práticas profissionais, da relação do jornalista com as fontes e se estabelece a partir da prática de produção e coleta de conteúdos.

Dessa perspectiva, é lógico entender que se as relações profissionais entre jornalistas, fontes e plataformas se modificaram, o papel que cada um estabelece nesse sistema também se transformou. O jornalista, neste vínculo transforma-se de *gatekeeper*⁵¹ (o que seleciona) para *gatewatching* (o que observa). Isso, guardadas as devidas adaptações, haja visto que continua a ser papel do jornalista escolher os

⁵¹ O conceito de *gatekeeper* (selecionador) foi elaborado por Kurt Lewin, em 1947. Nos estudos de Mauro Wolf (1999) é possível observar que Lewin identificou canais por onde fluíam os comportamentos relativos a um determinado tema, e notou que existem neles zonas que podem funcionar como filtros. Essas zonas são controladas por sistemas objetivos de regras ou por *gatekeepers*. Neste último caso, há um indivíduo, ou um grupo, que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia.

dados que serão divulgados, bem como hierarquizá-los em valores-notícia e estruturá-los de forma a serem lidos da melhor maneira (MARQUES; SOUSA, 2011).

O conceito de *gatewatching* associa-se ao que comumente é chamado de jornalismo cidadão, com participação ativa de indivíduos não-jornalistas na produção de matérias. Nesses casos, essas produções são deslocadas para locais pensados com esse objetivo dentro do próprio portal de jornalismo, bem como também na colaboração de pautas específicas ou com a possibilidade de se tornar fontes primárias de informação, auxiliando o jornalista.

Estas características, que nos permitem repensar o modelo de gatekeeper utilizado pelos mídia, conduzem também à necessidade de sublinhar a importância dos jornalistas na pesquisa, confrontação de dados, organização e seleção de informação relevante, impedindo, de certo modo, o caos informativo (RODRIGUES, 2011, p.1064)

A participação do cidadão coloca o jornalista como mediador da informação, acumulando funções de produtor e observador do processo. Como mediador, a hipótese do *newsmaking*⁵² ajuda a entender o processo por qual passa o jornalista ao se tornar mais que o “porteiro” das informações. A hipótese diz que a seleção de determinada informação em detrimento de outra acontece de maneira inconsciente e, dessa forma, afasta-se da ideia de manipulação. Isto, pois a notícia tem sua lógica, não havendo a possibilidade de distorções, embora quando ocorrem, devam ocorrer de maneira despropositada e involuntária.

Segundo essa perspectiva, os jornalistas estão mais direcionados e preparados para determinado modo de fazer a notícia do que os cidadãos comuns, pois são os que possuem o conhecimento técnico para traduzir a realidade e os que possuem, como profissionais, a perspectiva de *gatekeeper/gatewatcher*, selecionador e filtro. É deles a missão de interpretar acontecimentos sociais, políticos, culturais, econômicos.

Wolf (1999), em seus estudos, acrescenta que o jornalista-porteiro possui todas as formas de controle da informação. O que pode ser feito a partir de decisões tomadas acerca da decodificação das mensagens, da seleção das informações, da construção do texto, dos canais de difusão da notícia, da programação, da exclusão de toda a mensagem ou de partes componentes dela. Mas acrescenta que se essas

⁵² *Newsmaking* é uma hipótese que dá ênfase especial à produção das notícias, ou melhor, “à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia” como explica Antonio Hohlfeldt (2001, p.203). O estudioso esclarece que a hipótese do *newsmaking* (dos fazedores de notícia) está centrada no jornalista como intermediário do acontecimento social e da notícia, e inclui a relação do profissional do jornalismo com as fontes nas diferentes etapas de produção da notícia, seja na captação, produção, edição, averiguação ou distribuição.

observações associam os jornalistas apenas como selecionador do conteúdo dos jornais, “os recentes estudos sobre a produção de notícias relacionam a imagem da realidade social, fornecida pelos *mass media*, com a organização e a produção rotineira dos aparelhos jornalísticos”.

Sob essa perspectiva, e como modo de observar as mudanças do jornalismo em meio à *internet*, tendo como foco o agendamento da notícia (objetivo desta monografia), entende-se que informação é o que chega aos jornais e passa pelo crivo do jornalista; notícia é o que é publicado. O que rege esse filtro é uma cultura e um quadro profissional. Por isso, como indicam os apontamentos de Wolf (1999), e as ideias de Castells (2003) e Laraia (2001), o *newsmaking* liga-se à sociologia, ao papel profissional dos envolvidos e ao respectivo desempenho destes no círculo cultural.

Ademais, para concretizar estas observações, Stuart Hall (1989 *apud* LIMA, 2004) sustenta que para que ocorra o estudo de uma comunicação contemporânea, o contexto social moderno precisa estar intrinsecamente ligado a ele. Ele afirma:

A comunicação moderna não pode ser conceituada como externa ao campo das estruturas e práticas sociais porque é, cada vez mais, internamente constitutiva delas. Hoje, as instituições e relações comunicativas definem e constroem o social, elas ajudam a construir o político, elas medeiam as relações econômicas produtivas; elas se tornaram ‘uma força material’ nos modernos sistemas industriais; elas definem a própria tecnologia; [e] elas dominam o cultural (HALL *apud* LIMA, 2004, p.29)

De outro modo, com a perspectiva voltada para o cidadão e o chamado jornalismo próximo do cidadão, destacam-se as novas potencialidades criadas pela *internet*. Castells (2013) intitula esta nova comunicação como *autocomunicação*:

É autocomunicação porque a produção de mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente, a designação do receptor é autodirecionada e a recuperação de mensagens das redes de comunicação é autosselecionada (...). Além disso, a comunicação digital é multimodal e permite a referência constante a um hipertexto global de informações, cujos componentes podem ser remixados pelo ator que comunica segundo projetos de comunicação específicos. A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade. (CASTELLS, 2013, p.12)

Esta autonomia citada pelo autor é passível de observação quando nota-se que, hoje, a comunicação é feita de muitos para muitos e o leitor/usuário da rede digital passou a ser também produtor, desempenhando um papel mais ativo na produção e no agendamento de conteúdos. E as possibilidades são várias. Desde a criação de um blog, o envio de sugestões de pautas e informações, vídeos e fotos; até a

participação com “notícias enviadas pelo leitor”, que serão aproveitadas pelo editor da redação do Jornal, gerando uma nova perspectiva na participação do cidadão.

A decisão de utilizar tais notícias é controversa dentro do próprio círculo de especialistas. O uso indiscriminado dessa estratégia pode colocar em questionamento a qualidade e variedade das informações, ao mesmo tempo que auxilia na precarização da mão-de-obra profissional – ao retirar do jornalista o papel que deveria desempenhar. Além disso, a diminuição das redações em todo o mundo e o acúmulo de funções deste mesmo jornalista – que agora é, além de produtor, editor, fotógrafo, revisor e publicador; colocam em mira a participação do cidadão.

Não há, contudo, como fugir da inevitável interação causada pela rede mundial de computadores: com a *internet*, qualquer utilizador adquire o direito de comunicar livremente e de dizer o que pensa, da forma que achar conveniente (DIAS, 2011).

The idea behind citizen journalism is that people without professional journalism training can use the tools of modern technology and the global distribution of the *Internet* to create, augment or fact-check media on their own or in collaboration with others (GLASER *apud* DIAS, 2011).

Note-se: o fato de o usuário postar uma foto ou um texto em sua página pessoal das redes sociais, não faz dessa publicação uma notícia, nem deste indivíduo um jornalista. É preciso que essa informação passe pelo crivo de um profissional, que vire assunto de agenda e que se atente a fatos conhecidos da rotina jornalística, bem como possua em sua base critérios de valoração noticiosa.

En todo caso, en la participación de los usuarios en los medios de comunicación debemos diferenciar varias formas, que implican distintos niveles de intervención en los procesos de producción de la información. La gestión de todos ellos debe recaer siempre en la figura del periodista, que, como mediador profesional e intérprete de lo que acontece, tiene que velar por el cumplimiento del objetivo prioritario de la información: que sea veraz y esté al servicio de la sociedad. Lo importante tiene que seguir sendo el periodista porque él tiene encomendada la misión de interpretar el acontecer social, político y económico, por lo que debe figurar como responsable final de la información que se difunde en los medios – es decir, debe velar por su calidad. (LOPEZ *apud* DIAS, 2011)

Ademais, as mudanças acarretadas pela introdução da *internet* no jornalismo estendem-se também a transformações técnicas, como, por exemplo, no modo de ler as notícias na tela dos aparelhos digitais. Trabalhar com a mídia *online* é um desafio que precisa mudar a construção das estruturas textuais, geralmente ensinadas para o formato de mídia tradicional durante a faculdade.

João Messias Canavilhas (2001) descreve no *artigo Webjornalismo – Considerações gerais sobre jornalismo na web*, a mudança na construção técnica de

notícias e evidencia a mudança na forma de ler as palavras na tela. Ele sentencia que cada meio tem sua própria narrativa e linguagem e, pela possibilidade de usar texto, som e imagem em movimento, a *internet* adquire linguagem própria baseada na potencialidade do hipertexto:

Se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes. O grande desafio feito ao *webjornalismo* é a procura de uma "linguagem amiga" que imponha a *webnotícia*, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objetividade. (2001, p.2)

Com o hipertexto, é possível aproximar-se desse novo modo de leitura que o autor propõe. Ao quebrar a linearidade e possibilitar o passeio livre entre dados e informações, o jornalista da *internet* possibilita que o leitor salte de documentos em documentos e crie o próprio percurso dentro da rede. “Pode-se navegar em fragmentos, compostos não necessariamente de textos e recompostos segundo os desejos, interesses e intuições do leitor” (MURAD, 1999).

Como se pode observar, este fenômeno de transposição de uma mídia analógica para uma outra digital modifica o modo de ação dos envolvidos. Interessante notar com isso, que além da confluência de competências, toda a transformação *online* é precedida ou acompanhada de uma transformação social *off-line*. O objeto de análise deste estudo mostra que, a partir de uma análise inicial, as manifestações de rua foram um fenômeno construído por milhares de pessoas conectadas, em que todos possuíam vozes e demandas diversas, e tais características são encontradas também nas redes sociais digitais. Milhares de pessoas envolvidas, vozes individualizadas e a ausência de líderes e porta-vozes.

Apenas esta diferença, em que pese a ideia de que todos falem por si mesmos, fez a mídia pensar em novas estratégias narrativas e de apresentação do produto noticioso. Na Espanha, durante as revoluções indignadas locais, um dos cartazes chamou a atenção de Castells (2013). O texto do cartaz dizia: não odeie a mídia, torne-se ela; claramente fazendo um chamado à participação popular no compartilhamento de vídeos, imagens e contrainformações da revolução. Parece não haver modo de frear esse envolvimento popular. Criam-se coletivos de ação e usam-se cada vez mais ferramentas disponibilizadas pela *internet* para se chegar ao que se avalia como democracia, dar voz às demandas e posicionar ideologias próprias.

Fatos como as manifestações de rua do Brasil evidenciam as dificuldades

passadas pelo jornalismo no momento de utilizar as informações cedidas pelos cidadãos e na atuação multimidiática das coberturas jornalísticas. O modo de encontrar e checar informações em meio ao furacão de palavras trocadas nas redes *online* e nas multidões reunidas nas avenidas foi outro desafio das redações.

3.2.1. O jornalismo como processo renovado

Redefinir o processo noticioso foi uma necessidade encontrada pelas redações ao se depararem com um novo modelo de comportamento social modificado pela *internet*. Castells (2003) fala: “nem utopia, nem distopia, a *internet* é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico” (p.11), que precisa ser compreendido se alguém quiser modificar a realidade.

Neste sentido, o processo de agendamento da notícia impõe desafios desde o momento de captação das informações. O processo, embora mantido em essência no processo de apuração e checagem, foi transformado nomeadamente no que se refere ao modo de encontro das fontes, à atribuição da veracidade das informações encontradas na web e à mudança na velocidade informativa (RODRIGUES, 2011).

Do ponto de vista da busca por fontes, Catarina Rodrigues (2011) indica que este elemento fundamental do trabalho jornalístico tem sido facilitado com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação. Isto, porque como avaliam os pesquisadores, jornalistas, público, meios tecnológicos, fontes e instituições se envolvem em “novas relações simbióticas desenhadas pelos fluxos de comunicação em rede que caracterizam a sociedade atual” (RODRIGUES, 2011).

Fontes podem se comunicar diretamente com o grande público em vez de dar novas entrevistas a jornalistas, assim como podem ser encontradas de forma facilitada em perfis em mídias digitais ou grupos temáticos – o que rompe com a distância psicológica e, por vezes, geográfica entre as fontes e o jornalista. Aos profissionais, fica também a possibilidade de cruzar dados a partir de imensuráveis fontes de históricos e informações digitalizadas, bem como atualiza-las repetidas vezes.

Tanto o leitor pode navegar entre diferentes páginas à procura de informações adicionais, como o jornalista pode utilizar de alternativas textuais, fotos, imagens, mapas, gráficos, infográficos, áudios e vídeos, integrando-os na mesma mensagem.

Angèle Murad (1999) acompanha este debate e apresenta, em resumo, o que a *internet* consegue modificar nas relações jornalismo-sociedade. No que se refere ao

processo de pesquisa, a autora apresenta a “incalculável quantidade de informações oriundas de fontes plurais” como vantagem durante apuração de pautas. Esta facilitação, seria, segundo Murad, “fruto, em parte, da nova maneira de se comunicar de organizações, empresas, instituições e autoridades, que passam a ver na *internet* um meio de atingir seus públicos sem intermediários”.

O exemplo do jornal britânico *The Guardian* que decidiu tornar pública parte da pauta do jornal⁵³ no início de outubro de 2011 figura entre uma das inúmeras respostas e adaptações da mídia à participação da população nos jornais. Neste caso, eram feitos pedidos de contribuição aos leitores para a elaboração de notícias das editorias Internacional, Nacional, Esportes, e Negócios e Economia. A “*open new list*”, como ficou conhecida a estratégia, foi lançada na rede social *Twitter*.

A participação direta deste público com a agenda do jornal criou um novo processo de atuação dentro da rede de notícias da instituição. Neste processo, envolvem-se jornalistas, cidadãos, editores e ferramentas tecnológicas – no caso do *The Guardian* representadas pelo *Twitter*, e no caso deste trabalho, pelo *Facebook*. Até que ponto tais redes podem ser utilizadas ativamente ou passivamente no processo deste jornalismo renovado leva-nos a entender ainda um pouco mais sobre a atuação dos jornalistas durante as manifestações.

3.3. O jornalismo manifestado nas manifestações

Como já visto, a hipótese do *newsmaking* é uma proposição que dá ênfase especial à produção das notícias, ou melhor, “à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia” como explica Antonio Hohlfeldt (2001, p.203). Na perspectiva das Jornadas de Junho, em 2013, estes eventos sociais foram considerados extraordinários por terem acontecido de repente, sem tempo de preparação tanto para os brasileiros como para as redações jornalísticas. Por terem acontecido a partir de características específicas (uso de mídias sociais para organização, falta de lideranças e porta-vozes, amplitude de pautas, repressão e conquistas políticas) o potencial de transformação do acontecimento em notícia reportado por Hohlfeldt colocou a hipótese do *newsmaking* sob nova perspectiva.

A entrada de atores e jornalistas em mídias digitais, o uso das mesmas

⁵³ As informações foram tiradas do estudo *Jornalismo do cidadão na internet: sim ou não? – Estudo de caso: iReporter – Jornal* de Catarina Dias (2011). Acesso: http://sopcom2011.up.pt/media/SOPCOM_2011_Atas.pdf

ferramentas no momento de selecionar gritos de guerra e comportamentos por parte dos manifestantes, o modo de produção digitalizado da cobertura – feito com auxílio de câmeras, gravadores e a presença física dos jornalistas; a edição preocupada com a confirmação das informações, a interação de mídias ancoradas na plataforma da *internet* (como notícias de rádio e programações especiais de televisão)⁵⁴, e o próprio ataque e aversão aos jornalistas em pauta pela suposta má cobertura dos fatos; fizeram da cobertura jornalística das Jornadas um objeto de estudo comunicativo que se afasta do *newsmaking* e do agendamento como o conhecemos tradicionalmente.

Para observar na prática tal afirmação, vê-se o caso da jornalista Míriam Leitão (2014), uma das que cobriram e posteriormente analisaram as Jornadas de Junho. Em matéria publicada em 23 de junho de 2013, a repórter relembra um pouco da experiência pessoal durante o início dos protestos. Ela conta que estava na Amazônia, sem comunicação, e só ficou sabendo das manifestações no quarto dia de protestos. Ela sentencia: “uma coisa é certa: erramos todos. Cada comentarista ou analista da cena brasileira, seja em que área atue, pode dizer que alertou para os erros na política ou na economia, mas ninguém previu a eclosão de um movimento dessa magnitude.”

Toda notícia tem sua lógica, e a hipótese do *newsmaking* trabalha diretamente com o conceito de *gatekeeper* já citado neste Trabalho. Ou seja, segundo essas duas proposições, no processo de apuração e produção de qualquer notícia, o jornalista passaria as informações e fontes por crivos e avaliações, de modo a testá-las em peso e qualidade. Dentro dessa perspectiva de filtragem da informação, surge uma das funções do jornalista: o estabelecimento de um “controle social” (HOHLFELDT, 2001) desenvolvido a partir do estabelecimento de práticas socializadas entre os profissionais jornalistas e passadas culturalmente de geração em geração.

É por meio deste pensamento que acredita-se no fato de as notícias, idealmente, afastarem-se da ideia de manipulação, não havendo distorções de compreensão propositais. Como, sob esta perspectiva, os jornalistas se acostumaram com determinado modo de fazer a notícia, as Jornadas de Junho podem ter feito surgir a construção de uma nova realidade profissional. O que rege o filtro do jornalista, no entanto, continua a ser a cultura e um quadro profissional – e como ambos se modificam, modifica-se também o estabelecimento do filtro.

⁵⁴ Aqui, tem-se como referência a cobertura da Empresa Brasil de Comunicação durante as Jornadas de Junho. O aprofundamento dessa questão pode ser lido no Capítulo 2 desta monografia.

O *gatekeeping* se constituiria como uma distorção involuntária, que podem chegar, por isso mesmo, a níveis bem mais radicais e perigosos, na medida em que omitem ou marginalizam acontecimentos que, por vezes, poderiam ser efetivamente importantes e significativos ao menos para determinadas coletividades (...). De modo geral, admite-se que os meios de comunicação de massa devem: a) tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como algo notável de ser noticiado; b) elaborar relatos capazes de retirar do acontecimento seu nível de particularidade (idiossincrático), tornando-o generalizável (contextualizado); c) organizar temporal e espacialmente este conjunto de tarefas transformadoras, de modo que os eventos noticiados fluam e possam ser explorados racional e planificadamente (HOHLFELDT, 2001, p.206 e 207).

A cobertura do primeiro ato contra o aumento das tarifas de ônibus em São Paulo, no dia 6 de junho, criminalizou as pessoas que participaram (RODRIGUES, CRUZ, CORRÊA, e LEITE, 2013)⁵⁵. Comentários de Arnaldo Jabor, na *Rede Globo*, e da apresentadora Raquel Sherazade, no *SBT*, demonstraram o teor de desaprovação em relação à manifestação. Arruaceiros, baderneiros e vândalos foram alguns dos termos utilizados para nomear participantes do ato na noite anterior.

Até o segundo ato, realizado no dia 11 do mesmo mês, as notícias dos jornais relatavam apenas os casos de depredações e os prejuízos causados por grupos de manifestantes – até então tidos como massa homogênea. O portal do *Estado de São Paulo* mostrou o título “ato tem 85 ônibus depredados e prejuízo de R\$ 36 mil do Metrô” e divulgou vídeos de comerciantes e moradores locais reclamando da maneira como o protesto se desenvolveu.

Dias depois, com a continuidade das ações nas ruas e sem a perspectiva de trégua ou de entendimento dos atos, jornais começaram a dar voz a algumas pessoas que participavam dos movimentos contra o aumento das passagens. O Movimento Passe Livre (MPL) falou para diversos veículos de comunicação e chegou a conceder coletiva de imprensa sem, contudo, ser porta-voz unânime do crescente contingente de protestantes. A partir desse momento, novos rostos surgiam para dar mais número aos protestos das ruas. Juntamente com o aumento dos participantes, a audiência dos canais de televisão subiu consideravelmente. Na *Rede Globo*, por exemplo, a audiência chegou a 20 pontos, perdendo apenas para a novela das 8, com 35 (idem).

O apartidarismo e o nacionalismo foram pautas recorrentes nas coberturas. Na de televisão, em especial, os temas foram exaustivamente emplacados nas

⁵⁵ Estas informações foram retiradas do artigo *Mídia e Manifestações – Uma análise da atuação da mídia nos protestos de rua brasileiros*, assinado por mim e pelas coautoras RODRIGUES, Camila, CORRÊA, Isabella, e LEITE, Laila. O artigo foi apresentado durante o III Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo, em novembro de 2013. Acesso: <http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/IIJJPJor/paper/viewFile/2686/628>

reportagens. Junto a isso, outro aspecto priorizado foi a variedade de reivindicações. Consultas a historiadores, cientistas políticos e sociólogos não cessaram nas semanas que se seguiam junto aos protestos. A *TV Folha* destacou matérias com duração de 6 a 7 minutos para desmembrar opiniões de especialistas.

Duas questões estiveram presentes na primeira fase da cobertura: a generalização das reivindicações e o esforço em responder perguntas como: “quem são os manifestantes que estão nas ruas?”, “o que querem?” e “pelo quê lutam?”.

O telejornal *Repórter Brasil*, da *TV Brasil*, apresentou uma série chamada “A Pauta das Ruas” com o objetivo de mostrar quais eram, efetivamente, os problemas pelos quais reivindicavam os manifestantes. O *SBT* parou para ouvir policiais. O *Estado de São Paulo* fez ampla cobertura para a *internet*, usando até celulares.

A Copa das Confederações, apelidada à época de Copa das Manifestações, foi outro gancho para os acontecimentos populares. No dia da abertura da competição houve manifestação do lado de fora do Estádio Nacional Mané Garrincha, em Brasília. A indignação com os gastos em torno dos estádios criados para a Copa do Mundo de 2014 continuou a impulsionar quem já estava nas ruas reclamando dos altos preços das passagens de ônibus e da má qualidade do serviço. O *Estadão* entrevistou os dois voluntários que participaram do encerramento da Copa das Confederações e que saíram da coreografia para mostrar mensagens de protesto em uma faixa: imediata anulação da privatização do Maracanã. O periódico *El País* arriscou dizer, inclusive, que as manifestações acabariam com a Copa.

Após o anúncio de redução de tarifas no transporte público em diversas cidades, já em outro momento das coberturas, a mídia começou a levantar o povo a um novo *status*. A reportagem especial da revista semanal *IstoÉ* foi um exemplo. A capa da publicação mostrou uma ilustração da bandeira do Brasil e dezenas de homens engravatados remendando o símbolo. O título “Você mandou e o poder se mexeu” revela que os desejos do povo passaram a ser ouvidos e que os governos e até o Poder Judiciário procuraram atender as demandas da população. A onda de matérias com esse teor também foi inflada após discurso em cadeia nacional realizado pela presidente Dilma Rousseff sobre as medidas que poderiam ser tomadas.

No entanto, pode ser inviável avaliar a cobertura sem avaliar os bastidores de produção e por que aqueles fatos estavam sendo noticiados. Todas as notícias relacionadas às manifestações abrem brecha para reflexão no que diz respeito ao processo de agendamento do conteúdo. De acordo com Mauro Wolf (1999), vários

fatores influenciam para elevar um fato à categoria de notícia. Desde a própria cultura do jornalista até todos os processos de produção.

O modo como os veículos de comunicação foram parcialmente impedidos de cobrir os protestos também fez com que algumas mudanças ocorressem durante a cobertura das Jornadas. Helicópteros e entradas ao vivo de cima de prédios se tornaram comum entre as emissoras de TV, por exemplo, cujos repórteres responsáveis por elas foram os mais prejudicados, devido à grande exposição que o trabalho impôs. Jornalistas passaram a cobrir os atos “de cima”, evitando, inclusive, identificar o veículo para os quais trabalham. A reação contrária de quem protestava era tão alta que até em Londres impediram que repórteres da *Globo* realizassem reportagens sobre os atos no país. A retaliação também virou notícia. *SBT*, *Record* e *Globo* divulgaram notícias de que seus repórteres haviam sofrido violência.

De outra forma, Fernanda Godoy (2013), jornalista que cobriu as manifestações no Rio de Janeiro pelo jornal *O Globo* descreve que, para os jornalistas, a cobertura da onda de protestos trouxe desafios não apenas pelo ritmo acelerado dos acontecimentos, mas porque o movimento trouxe “a marca da pulverização de comando que já havia sido vista nos últimos anos nos movimentos sociais em outras partes do mundo como os Indignados da Espanha, o Occupy Wall Street dos Estados Unidos e a Primavera Árabe”.

Quando os protestos de rua começaram a se intensificar, no Brasil, a Turquia também estava em ebulição, e foram naturais as comparações entre as duas economias emergentes, mas, aqui como lá, ninguém sabia aonde esses movimentos iam levar. Ir para a rua produzir reportagens sobre as manifestações era a pauta óbvia, mas o jornalismo de qualidade exige muito mais (GODOY, 2013, p.13)

Naquele mês, o jornal *O Globo* esgotou das bancas, a reportagem mais compartilhada nas redes sociais e mais curtida do mês foi a que trazia o presidente do STF defendendo o *recall* para políticos, e todas as notícias mais comentadas foram de política, “algo inimaginável em um mês com Copa das Confederações no Brasil e com a seleção campeã” (GODOY, 2013).

No que se refere à cobertura internacional, se os protestos não eram esperados dentro do próprio país, fora dele o sentimento era de que não era costume o Brasil fazer protestos e, ao iniciarem, não era esperado que evoluíssem. Assim, de início, a mídia internacional não validou o impacto e a importância das Jornadas – em consonância à mídia nacional. Apenas com o aumento da repressão e da violência de

policiais e manifestantes é que houve o crescimento da cobertura internacional.

Em 18 de junho, após o dia mais violento de manifestações (17), os principais jornais do mundo como o britânico *The Guardian* publicaram destaques nas respectivas capas, e notícias sobre os protestos em várias cidades brasileiras. O *El País*, da Espanha, estampou a manchete: *Nossos 20 centavos são o parque de Istambul*, comparando os protestos contra o aumento das tarifas de ônibus no Brasil às manifestações na Turquia. Nos Estados Unidos, jornais importantes como o *The New York Times*, e mesmo jornais locais, começaram a noticiar as manifestações. Desta cobertura, destacam-se as críticas à ação violenta da polícia.

Da Itália, o jornal italiano *Corriere della Sera* destacou, também na capa, que os manifestantes protestaram contra o aumento dos preços das passagens de ônibus e os gastos públicos com a Copa do Mundo de 2014. As fotos que ilustram a reportagem são do protesto em Brasília, com a ocupação da rampa do Congresso Nacional, e as manifestações nas ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro. O uso de imagens teve destaque na cobertura do jornal francês *Le Monde*. Ali, uma reportagem, em tópicos, destacou as manifestações em Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. A violência foi ressaltada no texto e nas imagens de manifestantes feridos.

Apesar de fazerem uma cobertura sobre a evolução dos eventos, a mídia internacional procurou entender sobre o que eram as reivindicações. Em 17 de junho, o portal *El País* publicou um texto chamado *Porque Brasil y ahora?* (Por que o Brasil e agora?). O texto apresentou o crescimento do Brasil e todas as melhorias conquistadas em âmbitos sociais e culturais, motivo pelo qual restava a pergunta: por que agora? A conclusão do texto era de que apesar do crescimento, o país ainda possuía pontos de melhora e defendia a presença dos manifestantes nas ruas.

A cobertura das agências internacionais tentava mostrar diversos lados: a visão dos manifestantes, as ações de vandalismo, a violência policial e a visão do próprio governo. Mas, como muitas não possuíam correspondentes no Brasil, muito da cobertura foi também baseada na mídia brasileira. O *The Guardian*, por exemplo, citava a *Globo*, a emissora mais criticada pela sociedade durante as manifestações. Com a diminuição dos protestos, a cobertura internacional tornou-se, consequentemente menor, até que pararam, como na mídia local.

3.4. A mídia em alvo

Durante as manifestações, gritos e cartazes também foram direcionados para o trabalho da mídia nas coberturas jornalísticas dos eventos. Tidas como envolvidas com o processo especulativo que gira em torno de decisões políticas e sociais brasileiras, empresas de comunicação – especialmente a Globo – foram rechaçadas pelos manifestantes. Relacionadas a um suposto mau profissionalismo, as empresas foram afastadas e acusadas de manipuladoras, de venderem informações em troca de favores, e de enganarem a população com informações falsas.

Muitos vídeos no *YouTube*, por exemplo, – e que foram largamente compartilhados nas redes digitais, ampliando essa visualização –, fazem montagens com cenas de reportagens televisivas e supostas divergências entre as narrações das matérias e da fala dos manifestantes. Vídeos como esses foram amplamente compartilhados em redes sociais, tornando o número de visualizações desconhecido.

Com o passar dos dias de manifestações, o caráter que generalizava as emissoras jornalísticas como uma sem distinção na má qualidade do serviço prestado mudou – nas primeiras manifestações, carros de emissoras como o SBT e a Record foram apedrejados, queimados e pichados. E se antes o alvo da crítica era a imprensa em sua totalidade, o descrédito ao passar dos dias ganhou alvos específicos e contundentes, em especial a cobertura da Rede Globo, além de receber o auxílio de mídias alternativas como a Mídia Ninja.

Com observação é possível notar que, a partir daí, essa cobertura entrou também nas pautas de jornais, principalmente nos de cunho público (EBC), em portais *online*, editoriais, comentários de especialistas, discussão entre políticos, e tornou-se tema de discursos em palanques. Como em outro momento de cobertura jornalística, os jornais começaram a pautar e ser pautados pela própria mídia.

McCombs (2000) considera que o poder das novas mídias em construir a agenda de uma nação é enorme e constitui uma notável influência social. Para o autor, as notícias e sugestões dadas rotineiramente pela mídia têm o potencial de, efetivamente, comunicar a importância de cada tópico reportado. “In other words, the news media can set the agenda for the public’s attention to that small group of issues around which public opinion forms” (idem).

Ao escolherem os temas que vão destacar, as mídias formam a agenda do público, o que incidirá sobre o debate em meio ao público, o assunto que

provavelmente discutirão. Midões (2011) explica que a opinião pública é tida, muitas vezes, como o reforço da notícia veiculada pelos meios de comunicação. Assim, da rotina produtiva e do agendamento, nascem assuntos que podem ou não construir a opinião do público. Do problema de pesquisa desta monografia, defende-se a ideia de que as mídias sociais são capazes de também agendar a imprensa, a partir do uso dessas ferramentas pela população.

Esta rotina – de os meios agendarem os assuntos públicos foi, em certa medida, refeita durante as Jornadas de Junho. Como as manifestações não eram esperadas e, no primeiro momento, não se procurou entender a complexidade dos motivos que levaram as pessoas às ruas, não foi a mídia quem ditou as pautas da opinião pública. Também pela característica de massivos usuários de redes sociais, foram os internautas, em perfis de redes sociais digitais, quem primeiramente indicaram o que a mídia precisaria explicar e apresentar nas notícias. A resposta a esta afirmação pode ser notada nas entrevistas feitas aos profissionais da EBC para esta monografia, que confirmaram que após as primeiras passeatas, comentários do *Facebook* foram importantes para que se soubesse sobre que assuntos escrever.

No caminho tradicional de agendamento, o cidadão recebe as informações que passaram pelo crivo dos jornalistas (*gatekeepers*) e acaba por ser obrigado a discutir assuntos que fazem parte da agenda das mídias de comunicação.

A *internet* defendida por Manuel Castells (1999) é, segundo o autor, responsável por modificar toda a estrutura e o rumo histórico das interações sociais. Por essa razão, defende que:

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura porque, como afirma Postman ‘nós não vemos a realidade como ‘ela’ é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação (CASTELLS, 1999, p.354).

Durante as Jornadas de Junho, jornais ao se verem diante da inevitável discussão, limitaram-se a confirmar o surgimento de vídeos e eventos nas redes sociais com o fim de protestar contra a própria mídia. No entanto, pouco se aprofundaram na questão ou no modo como os próprios profissionais realizavam as coberturas, se era o mais correto ou não. Ficou para os *sites* de observação da mídia, que têm como característica a busca pela análise da própria imprensa e que já faziam isso antes das manifestações, o papel de aprofundar o debate. Bem como para portais

de discussão acadêmica e, para esta monografia, a Empresa Brasil de Comunicação⁵⁶.

Em um dos casos da cobertura da EBC, durante uma edição do programa Observatório da Imprensa⁵⁷, da TV Brasil, o âncora afirmou: “A imprensa tentando se aproximar das ruas foi modificando a cobertura de acordo com os fatos” (3’44”). Ascânio Seleme, diretor de redação do jornal O Globo esteve presente no debate e defendeu a ideia de que a cobertura não mudou, mas, de outra maneira, evoluiu: “Obviamente a cobertura tinha que mudar. O que era cobertura de uma página de jornal no primeiro dia, virou uma cobertura de cadernos em alguns jornais ou de dez, 12 páginas no nosso jornal” (SALEME, 2013).

3.5. Agendamento

A hipótese⁵⁸ do agendamento da mídia – desenvolvida por Maxwell McCombs e Donald Shaw em 1968 – indica traços do caminho percorrido pela mídia durante as coberturas das manifestações. Em termos gerais, a hipótese afirma que a cobertura da mídia determina a pauta para a opinião pública, o que faz com que o poder da mídia seja potencializado dentro da esfera de influência do receptor.

Os veículos de comunicação são a principal fonte de informação da população, é por meio da imprensa que as pessoas procuram saber o que está acontecendo e, consequentemente, o que acontecia nas ruas durante os protestos. Para a produção de um produto jornalístico, certas informações são escolhidas em detrimento de outras, como observou-se pela apresentação de conceitos como *newsmaking* e *gatekeeper* já mencionados. O modo como a notícia é publicada, o enfoque e o destaque dados, vão influenciar a pauta de discussão dos receptores. Para tanto, o papel desempenhado pela ação de jornalistas, editores e fotógrafos em ações como essas é essencial. O que não quer dizer que a mídia determinará o pensamento do indivíduo, mas sim sobre o que pensar.

⁵⁶ Outras análises sobre a cobertura da Empresa Brasil de Comunicação podem ser encontradas no Capítulo 2 e Capítulo 6 desta monografia.

⁵⁷ O programa foi ao ar em 25 de julho de 2013, com o episódio *A Mídia nos Protestos*. O programa está disponível para acesso no endereço: <http://tvbrasil.ebc.com.br/observatorio/episodio/a-midia-nos-protestos#media-youtube-1>

⁵⁸ Como explica Hohlfeldt (2001, p.189) o agendamento é considerado uma hipótese e não uma teoria, pois teorias são modelos fechados de observação do mundo e o agendamento é um sistema aberto, sempre inacabado, adverso ao conceito de erro característico de uma teoria.

Em seus estudos, Hohlfeldt (2001) destaca três pressupostos da hipótese do agendamento: a) o fluxo contínuo da informação – quando o bombardeamento de informações que sofrem os indivíduos é constante, chegando a ser considerado entrópico, ou seja, excessivo; b) a influência dos meios de comunicação acontece a médio e longo prazos, e não a curto prazo como se acreditava anteriormente; e c) a influência sobre o pensamento da audiência cria uma agenda individual e mesmo social, mesmo que não sejam capazes de impor o que pensar em determinado tema, são capazes de, a médio e longo prazos, influenciar no que pensar e falar.

É ainda necessário acrescentar que o autor apresenta a diferenciação entre dois tipos de sociedade: as comunitárias e as anônimas. Isto, para explicar que, em sociedades cada vez mais complexas, existe a necessidade de mediação de meios de comunicação – pois não é possível que todos estejam em todos os lugares para que fiquem sabendo de todas as notícias. As primeiras sociedades, as ditas comunitárias, são primitivas, em que as relações interpessoais se desenvolvem diretamente entre os sujeitos e se tornam personalizadas. Nas comunidades anônimas, de maneira contrária, em que a urbanização e a evolução tecnológica transformam o tempo e o espaço, os processos de massificação apresentam-se inevitáveis e acabam por se tornar mediadores das relações sociais. Segundo explica Hohlfeldt, é dessa maneira que surgem os *mass media*, ou, mídias de massa constituídos pelos jornais, televisão, rádio e, contemporaneamente, a *internet* (p.192).

Com isso em mente, o agendamento torna-se um processo inevitável e, em certa medida, necessário, haja visto que em sociedades cada vez mais complexas, é necessário que ferramentas e estratégias auxiliem na gestão do enorme fluxo de informações. É plausível que, por ser de caráter hipotético e, em consequência aberto a adaptações, o agendamento sofra da própria característica e se transforme.

Os gestores dos meios de comunicação têm consciência deste poder e são eficazes na construção de realidades defendidas pelas corporações de que fazem parte. Roberto Marinho (empresário falecido e ex-proprietário das Organizações Globo), em entrevista ao *New York Times* em 1987, declarou que “sim”, utilizava-se deste poder midiático e defendeu que o fazia “sempre de maneira patriótica, tentando corrigir as coisas” (RODRIGUES, CRUZ, CORRÊA, e LEITE, 2013).

A forma como os meios de comunicação vão influenciar a orientação sobre o que pensar também depende do grau de conhecimento do receptor acerca do assunto noticiado. Quanto mais conhecimento tem o leitor acerca do que está sendo mostrado,

menos o que lê influencia na interpretação dos fatos (WOLF, 1999). Desta forma, o modo como as pessoas recebem as informações não é homogêneo e pode variar de acordo com o grau de instrução do indivíduo, do interesse pessoal, do conhecimento técnico das ferramentas tecnológicas, da disponibilidade e de outros aspectos. Isso resulta, também, em diferenças, às vezes pequenas, na agenda e na pauta de discussão dos temas. Pode acontecer, ainda, de o destaque da mídia a determinado tema ser destaque nas discussões de um determinado grupo e não ser em outros.

O agendamento ocorre não só nas discussões pessoais, mas também em outros ambientes. Um veículo ao publicar determinada matéria faz com que esse tema entre na pauta de outros veículos. Esse tipo de agendamento ocorre constantemente e pode ser visto com clareza nas manifestações que culminaram em 2013: a mídia mudou de postura quanto à cobertura por uma demanda do receptor/internauta/ator que compareceu às ruas com demandas variadas.

De manifestações que, inesperadas, pautaram as mídias nacionais, as Jornadas de Junho extrapolaram as redes em que foram organizadas e conseguiram conquistas tidas como inéditas. Com manchetes como “Epidemia de manifestações tem quase um protesto por hora e atinge 353 cidades”⁵⁹, é possível notar, inclusive, como o mútuo agendamento entre mídia e manifestantes foi feito. Vale o destaque da mídia pública brasileira, a partir do qual o código de ética e o pensamento ideológico foram diferenciais na apuração e construção das notícias.

⁵⁹ Texto veiculado pelo Jornal Estadão, em 29 de junho de 2013. Disponível para leitura e acesso em: <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,epidemia-de-manifestacoes-tem-quase-1-protesto-por-hora-e-atinge-353-cidades,1048461,0.htm>

CAPÍTULO 4. #OPovoAcordou (Internet e cultura)

4.1. Uma cultura de *internet*

A *internet* é um meio de comunicação (CASTELLS, 2003) que permite a comunicação de muitos para muitos, num momento escolhido, e em escala global (p.8). Desde sua criação, até os dias atuais, ela tem transformado a maneira como as pessoas se relacionam entre si e com a sociedade. O que passou a ser criado em detrimento desta tecnologia ajudou a subverter e a revolucionar um método antigo e mais tradicional de fazer comunicação. Esta é uma característica inerente à *internet*, pois como detalha Castells, desde a criação dessa tecnologia, a cooperação e a liberdade de informação usadas na sua invenção tiveram a capacidade de ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade.

Para que se entenda, ainda que não substancialmente, a ocupação da *internet* na vida das pessoas e no consequente uso de suas ferramentas durante as manifestações de rua em todo o mundo, é preciso que se conheça o princípio desta história. Conhecer o surgimento da *internet* é parte da tentativa de levar à frente a ideia de que a cultura – também no caso de criação da *internet* – evolui desde seu surgimento, moldando-se às novas descobertas e adaptando-se às mudanças sociais.

Assim, trata-se de explicar que a *internet* nasceu da união de pesquisas militares e acadêmicas e agregou das duas esferas características que até hoje moldam a invenção. Na década de 1950, em meio à Guerra Fria, o Departamento de Defesa Americano estava preocupado com a segurança das telecomunicações caso sofressem algum tipo de ataque bélico. Foi pensando em maneiras de interligar centros militares de tal forma que a destruição de um deles não impedisse a sobrevivência dos demais, bem como na criação de um ponto remoto que possibilitasse a outros centros o resgate de informações de um desses locais, que as pesquisas que resultariam na criação da *internet* tiveram início.

A origem dessas pesquisas remonta à *Advanced Research Projects Agency* (Arpa), agência norte-americana criada em 1958 – um ano depois do lançamento do primeiro satélite *Sputnik* pela União Soviética, que tinha como objetivo alcançar superioridade tecnológica e militar em relação à nação inimiga. Da Arpa, um pequeno departamento que pesquisava modelos de computação interativa chamado

Processing Techniques Office (IPTO) desenvolveu o Arpanet, uma rede de computadores que permitia aos vários grupos que trabalhavam para a Arpa se comunicar. O projeto consistia em uma rede interativa de computadores que utilizava uma tecnologia de transmissão de telecomunicações, a comutação por pacote, desenvolvida independentemente por um centro de pesquisa californiano que prestava serviços ao Pentágono.

A ideia, adaptada a tempos de guerra, faria com que o sistema militar norte-americano sobrevivesse até mesmo a um ataque nuclear, embora este nunca tenha sido o objetivo do projeto (CASTELLS, 2003, p.14). Foram as universidades, os primeiros locais a receber nós desta rede inicial de comunicação. No futuro, esta decisão moldaria de forma inequívoca as características da *internet* como a conhecemos hoje. A cultura *hacker*, o pensamento moldado na construção conjunta; a arquitetura em múltiplas camadas, descentralizada, autônoma e com protocolos de criação abertos só foram possíveis pela presença de estudantes na sua criação.

Nesta abordagem comunitária à tecnologia, o patriarcado meritocrático encontrou-se com a contracultura utópica na invenção da *internet* e na preservação do espírito de liberdade que está na sua fonte. A *internet* é, acima de tudo, uma criação cultural (CASTELLS, 2003, p. 32)

Em 1971, a Arpanet possuía 15 nós distribuídos pelo país, interligando, em sua maioria, centros universitários. Simultaneamente, outros projetos de comunicação entre computadores eram feitos no país, e o passo seguinte para a criação da *internet* foi a interligação dessas redes. A ligação entre os projetos e computadores introduziu um novo conceito, cunhado por Castells (2003) como: uma rede de redes. Como funcionavam de maneiras diferentes, foi necessário a criação de uma maneira para que todos os computadores se comunicassem, surgiu assim o Protocolo de Controle de Transmissão e o Protocolo Intrarrede (TCP/IP), modelo segundo o qual a *internet* continua a funcionar até hoje.

De outro modo, para configurar-se nos moldes conhecidos hoje, a *internet* precisou ganhar expansões globais com a criação da WWW – um aplicativo de compartilhamento de informação desenvolvida na década de 1990 pelo programador inglês Tim Berners-Lee. É dele a criação do *software* que permitia obter e acrescentar informações de e para qualquer computador conectado à *internet* no mundo: o HTTP, o MTML e o URI (depois conhecido como URL). Em colaboração com Robert Cailliau, Berners-Lee construiu o programa que servia de navegador/editor da *internet*, chamando-o de *World Wide Web*, a rede mundial de computadores.

Se por um lado a *internet* se caracteriza como uma grande máquina de guerra (MALINI e ANTOUN, 2013), de outro a participação universitária no projeto colaborou para que ela fosse, também, uma potente máquina de cooperação e colaboração em todos os níveis de sua construção. A cultura dos primeiros desenvolvedores universitários tornou-se a cultura de criação da *internet* e com a criação da WWW viu-se emergir culturas novas que romperam com as barreiras acadêmicas e militares antes mesmo do surgimento da rede mundial de computadores. Ainda em 1984:

Foi essa classe digital [toda uma classe de usuários que não frequentava a universidade nem trabalhava para o governo] que fez emergir os fóruns e os grupos de discussão e de *e-mail*. Ela vai marcar a inauguração do ciberativismo em comunidades virtuais. Esses fóruns serão mecanismos de vazamento de informações sigilosas, meios de coordenação de ações coletivas e instrumento de compartilhamento de conhecimento e resolução de problemas (MALINI e ANTOUN, 2013, p.33 e p.34)

Ao destacar que a *internet* é “o tecido das nossas vidas”, Castells (2003) frisa que ela possui, entre outros atributos, a “capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana” (p.7). Isso se liga invariavelmente ao que defende Roque Laraia em *Cultura: Um conceito antropológico* (2001), quando diz que “não existiria cultura se o homem não tivesse a possibilidade de desenvolver um sistema articulado de comunicação oral” (p. 52). Laraia assinala que:

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante (LARAIA, 2001, p. 59)

Acresce que a *internet* foi inspirada numa arquitetura de comunicações com características que ainda hoje moldam a tecnologia e que, por isso, moldam também o uso e os usuários dela. São elas: uma estrutura de rede descentralizada; a distribuição de informações por meio de nós; e a redundância de funções na rede para diminuir o risco de desconexão (CASTELLS, 2003) – o que dá à *internet* flexibilidade, ausência de centro de comandos e autonomia máxima de cada nó. É importante destacar esses pontos, pois eles estiveram presentes na organização via *web* das manifestações de rua brasileiras em 2013. Ou seja, pelo uso das ferramentas da *internet* nas Jornadas de Junho, parte das características da rede se estenderam para as redes das praças públicas. Ausência de lideranças e autonomia na escolha das demandas são maneiras de, assim como na *internet*, ter o próprio espaço de representação *online* e *off-line*.

Assim, quando se trata de comunicação, é preciso ter em mente que a sociedade toda está envolvida em processos contínuos e complexos, e que os sistemas tecnológicos são socialmente produzidos. Em consequência, “a produção social é estruturada culturalmente e a *internet* não é exceção”.

Cultura é diferente de ideologia, psicologia ou representações individuais. Embora explícita, a cultura é uma construção coletiva que transcende preferências individuais, ao mesmo tempo em que influencia as práticas das pessoas no seu âmbito, neste caso os produtores/usuários da *internet*. (...) A cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da *internet* um meio de interação social seletiva e de integração simbólica. (CASTELLS, 2003, p.34)

O posicionamento de Castells, leva-nos a refletir a respeito das mudanças trazidas por essa tecnologia na percepção de mundo, na mudança do paradigma tempo-espço voltado para a comunicação, e, em consequência, ao jornalismo. Dentre as diversas mudanças no tecido social, observa-se, inclusive, o surgimento de empresas cujo nascimento deve-se à simples existência da *internet*. “Elas surgiram para prestar serviços que antes não existiam ou para vender produtos de algum modo vinculados ao progresso do ciberespaço” (COSTELLA, 2001, p.236).

Nesta esfera de estudo, o jornalismo é indissociável da *internet*, pois se interligam e se retroalimentam devido ao poder citado por Castells de distribuição informacional que a *internet* possui dentro da sociedade. Além disso, constata-se que a *internet* é, hoje, a base tecnológica da “rede”⁶⁰, forma organizacional do que alguns teóricos chamam como Era da Informação e a forma organizativa dos protestos brasileiros em 2013. O jornalismo, como parte integrante da era da informação, agrega a *internet* como base tecnológica, o que, consequentemente, molda o jornalismo às funcionalidades das redes digitais.

A partir da segunda metade da década de 1990, começou-se a se implementar o *webjornalismo*, porém, apenas nos últimos anos do século 20 a atividade se estabeleceu de maneira abrangente na rede (PRADO, 2011). As redes transformaram e continuam a transformar radicalmente a maneira com que a comunicação social acontece, impactando mudanças sociais em curso no mundo todo (ROMANINI, 2012). Parte do que pode explicar este fenômeno são a flexibilidade e a adaptabilidade das

⁶⁰ Quando pensamos em rede, pensamos na ideia de laços, junções, encontros, prolongamentos. Tais ideias não estão equivocadas quando da ideia de que “uma rede é um conjunto de nós interconectados”, de Castells, destacamos que este tipo de formação social é, de fato, anterior à *internet*. Com a evolução do homem, as redes evoluíram conjuntamente, transformando-se “em redes de informação energizadas pela *internet*” (2003, p.7)

redes, características importantes para que encontrem espaço para sobreviver em ambientes de rápida modificação e se proliferem em todos os domínios da vida – o que demanda das ações e sujeitos readaptações de comportamento e linguagem.

A emergência de movimentos e grupos auto organizados nas redes sociais demonstra a transformação no conceito de líder de opinião, o *gatekeeper*, que na teoria tradicional da comunicação de massa assumia um papel de amplificador de opiniões e difusor de hábitos políticos e culturais. (...) Nas redes sociais, qualquer dos usuários é um potencial *gatekeeper* e pode por algum tempo assumir o papel de *hub* numa teia de conexões. Esse é um tipo de “empoderamento” novo na história da humanidade (idem, p.63)

Os usos da *internet* são, em suma, instrumentais, e estreitamente ligados ao trabalho, à família e à vida cotidiana (CASTELLS, 2003, p.99). Isto acontece porque, segundo Castells, o século 20 desencadeou uma nova estrutura social baseada predominantemente em redes e, com isso, fez nascer exigências econômicas; demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e avanços da computação e nas telecomunicações. “Sob essas condições, a *internet* se tornou a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade em rede” (p.8).

No Brasil, segundo Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD 2012), aproximadamente 83 milhões de pessoas com pelo menos 10 anos de idade acessaram a *internet* nos três meses anteriores à realização da enquête. O número representa 5,3 milhões de novos internautas a mais do que o registrado na pesquisa anterior (aumento de 6,8%). De 2011 para 2012, houve aumento no número de pessoas que acessaram a *internet*, em todos os grupos etários, especialmente nas faixas até 29 anos de idade, em que o contingente aumentou 3,4%. Acima de 30 anos, o crescimento foi de 11,2%.

Esse uso, aliado às facilidades trazidas por aplicativos e *softwares*, fez com que apenas o *Facebook* tenha dito alcançar a marca de mais de 1,23 bilhão de usuários em 2013, em todo o mundo. Esta foi a rede social mais utilizada pelos internautas brasileiros para a organização de eventos das Jornadas de Junho – momento em que os que não navegavam nessa rede foram, em grande medida, excluídos do processo decisório e de construção do ato digital. Depois, com a cobertura midiática tradicional (jornais e revistas impressos, rádio e televisão) é que o segmento não conectado recebeu as informações dos acontecimentos, ou, de outra forma, foram convidados a participar dos atos por meio de amigos e conhecidos, gerando uma união de ambientes físico e *online* sem precedente.

4.2. O uso da *internet* nas Jornadas de Junho

“Epidemia de manifestações tem quase 1 protesto por hora e atinge 353 cidades”⁶¹. Foi assim que em 29 de junho de 2013 a editoria de política do *site* do jornal Estadão estampou uma das manchetes do dia. Difícil imaginar que tamanha comoção nacional tenha sido gerada e organizada através do boca-a-boca típico das décadas anteriores. Quando as manifestações de junho de 2013 aconteceram e, nos primeiros momentos de letargia midiática, nada se sabia a não ser o espanto das pessoas nas ruas e a luta pelos valores dos transportes públicos, foram as mídias sociais quem trouxeram novo tom às reivindicações.

Seguindo a tendência mundial da Primavera Árabe e do Movimento de Ocupação, o Brasil utilizou-se das redes sociais digitais para organização de projetos e discussões de pautas até que jornais de todo o Brasil – na busca pela informação mais completa, viram-se obrigados a fazer extensos levantamentos em páginas de eventos no *Facebook*, contabilizando em certo momento mais de 353 eventos em um único dia de protesto. Em um desses levantamentos, o Estadão afirma que houve, pelo menos, 490 protestos em três semanas, mais de 23 manifestações por dia.

A complexidade das manifestações configurou a complexidade das coberturas jornalísticas. E, como destaca Castells (2013) em entrevista ao jornal O Globo logo após o mês de manifestações no Brasil: o meio não é a mensagem e tudo depende do impacto que uma mensagem passa a ter na consciência de muitas pessoas. O uso das mídias sociais, destaca o sociólogo, “apenas permite a distribuição viral de determinada mensagem e o acompanhamento da ação coletiva” (2013), pois as demandas públicas já existiam na sociedade, não nasceram nas redes digitais.

Como características particulares desses protestos de uso exacerbado de *internet*, é possível encontrar: a instantaneidade, o registro de detalhes das manifestações, a memória histórica do fato no imaginário popular, e a diversidade de palavras de ordem e organização. O uso das mídias deu o tom nos discursos, cartazes e vozes de mobilização dos participantes, e esteve ativamente presente na descrição em tempo real dos acontecimentos, nas publicações de vídeos, fotos, e em relatos em mídias como *You Tube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Tumblr*.

⁶¹ A notícia pode ser lida em <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,epidemia-de-manifestacoes-tem-quase-1-protesto-por-hora-e-atinge-353-cidades,1048461>

Parece consenso entre estudiosos e especialistas notar que a articulação e negociação de demandas tenha surgido através dessas mídias, ainda que em um segundo momento cada um dos envolvidos tenha se individualizado e idealizado o próprio pleito de reivindicações.

As vantagens desse uso, destaca o professor Vítor Lório (2013) em entrevista ao Portal EBC⁶², é que, por ser *online* e não ter obrigatoriedade de identificação do sujeito, este uso passa a ser uma ferramenta poderosa, ainda que perigosa pelo anonimato. Da mesma forma, o pesquisador Luiz Antonio Joia⁶³ (2013), ressalta que as manifestações foram um fenômeno inédito graças à *internet* e às mídias sociais, mostrando-se anárquico, sem dono, impessoal, autorregulado e imprevisível.

Também Castells (2013) defendeu que as Jornadas de Junho tiveram como qualidade a ausência de líderes, característica usualmente encontrada em formações de rede. Nesse sentido, ele defende:

Claro que é uma qualidade. Não há cabeças para serem cortadas. Assim, as redes se espalham e alcançam novos espaços na *internet* e nas ruas. Não se trata, apenas, de redes na *internet*, mas redes presenciais. (...) Tudo depende do impacto que uma mensagem tem na consciência de muitas pessoas. As mídias sociais só permitem a distribuição viral de qualquer mensagem e o acompanhamento da ação coletiva. (CASTELLS, 2013)

Em consequência, as redes sociais que se auto organizam pela rede mundial de computadores transformam radicalmente a maneira como a comunicação social acontece, impactando de forma decisiva as mudanças políticas e sociais em curso no mundo (ROMANINI, 2012). Seguindo este raciocínio, tem-se que a cultura do meio é também a cultura dos que a constroem, ou seja, a cultura jovem que adotou a interconexão de computadores como instrumento da livre comunicação nos protestos, usou-a como ferramenta de politização, de libertação tanto dos governos quanto das corporações, bem como possibilidade de disseminar informações (CASTELLS, 2003).

As redes foram apropriadas, modificadas, experimentadas, adaptadas a uma necessidade, afetando a vida dos envolvidos nos protestos enquanto usuários dessas redes, e aos outros porquanto motivadores de transformação social. Esta mudança

⁶² Vítor Lório, professor de comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em entrevista à Agência Brasil em 18 de junho de 2013. A notícia completa pode ser acessada em: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/professor-destaca-papel-das-redes-sociais-na-convocacao-de-protestos>

⁶³ Luiz Antonio Joia é pesquisador da Fundação Getulio Vargas (FGV) e estuda e-participação (ação política pela rede social) e cidadão mediado por tecnologias. A entrevista com o estudioso pode ser acessada em: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/pesquisador-da-fgv-diz-que-manifestacoes-nas-ruas-sao-a-cara-da-web>

no modo de se comunicar pode ser notada quando o grande contingente de pessoas saiu das páginas de evento do *Facebook* e saiu às praças das cidades. Neste momento, como relata a jornalista Nívia Carvalho do Jornal O Globo⁶⁴, a respeito das manifestações do dia 17 de junho: desde cedo, cartazes e fotos postados nas redes convocavam as pessoas a participar, nas ruas ou em casa, das manifestações em oito capitais. Os usuários recomendavam o uso de roupas brancas e a colocação de bandeiras da mesma cor nas janelas, na preparação de um movimento pacífico.

No *Instagram*, por volta das 18h, mais de 18 mil imagens foram postadas com a tag #whitemonday; 9,6mil com #vemprajanela e 24 mil fotos com a tag #VemPraRua. No *YouTube*, a lista dos dez vídeos mais vistos no Brasil foi inteiramente dominada pelo tema. Também foram dadas e compartilhadas indicações como, por exemplo, sobre como lidar com gás lacrimogêneo e bombas nas ruas, e pedidos para que pessoas em casa tirassem a senha de suas Wi-Fis para facilitar o compartilhamento dos fatos pelos manifestantes. As redes também difundiram o mapa colaborativo da chamada “revolta do vinagre⁶⁵”, com locais de concentração em várias cidades, e uma central de ajuda para participantes, com informações sobre os pontos de conflito potencial, rotas livres e socorro a feridos em confrontos.

Para além da dimensão quantitativa, a cobertura dos protestos de junho registrou mudanças que acompanharam o próprio desenvolvimento da inserção das redes sociais na organização das manifestações, além de refletir as diferenças na natureza de alguns dos movimentos que as organizaram.

Informações de 15 de julho de 2013 da Ouvidoria da EBC a respeito da presença das redes sociais nos protestos indicam que a interação dos internautas foi massiva: mais de 205 mil perfis confirmaram presença no evento “Vem pra Janela! Solidarity Day to Brazilian Protests”, e 273 mil, no “Quinto grande ato contra o aumento das passagens” marcadas para 17 de junho.

Mais que quantidade de pessoas, a qualidade do uso das redes foi outro aspecto da influência das redes baseadas na *internet*. Ainda segundo texto de análise das manifestações publicado pela Ouvidoria da EBC, na cobertura das Jornadas de Junho, observou-se que as redes sociais acumularam novas funções e que as

⁶⁴ “Redes sociais dão o tom da ‘revolta do vinagre’”, reportagem de 18 de junho de 2013, veiculada no e-book O Brasil nas Ruas, p.26 a p.28.

⁶⁵ Assim ficou conhecida uma das fases dos protestos de junho de 2013, quando, para se defender dos gases das bombas lançadas pela Polícia Militar, os manifestantes levavam garrafas de vinagre nas mochilas durante os atos.

informações disponíveis nelas foram utilizadas por outros atores além dos organizadores e seus seguidores.

Das novas funções, destacam-se a utilização dos dados pelas autoridades policiais, que passaram a ter uma nova fonte para calcular o tamanho do contingente policial a designar para garantir a segurança dos eventos; e a utilização das redes para a divulgação de decisões coletivas em nome das organizações, caso do MPL.

A opinião do pesquisador Luiz Antonio Joia (2013), mas não apenas dele, é de que a *internet* permitiu que vários fatores, como o aumento de preço do ônibus, os gastos do país com a Copa das Confederações, a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 37 (que retira poderes de investigação do Ministério Público) e o Projeto da “Cura Gay”, contribuíssem para a união de grupos insatisfeitos.

Em complemento, foi pelo uso das mídias sociais que se tornou possível o crescimento do midialivrismo ciberativista⁶⁶ no Brasil, e o que ajudou na divulgação dos acontecimentos e das causas defendidas pelos participantes.

E esse crescimento, progressivo, está longe de arrefecer, mesmo porque informação se tornará cada vez mais barata. Informação mais barata é informação mais acessível. Melhor informado, o homem tem mais escolha. Escolha é o alicerce da liberdade. Assim, o mundo deverá tornar-se menos confortável para os ditadores, pois a estabilidade destes depende, principalmente da ignorância dos dominados (COSTELLA, 2001, p.237)

O momento de transformação foi um ponto de inflexão (PIMENTEL, 2014)⁶⁷, em que a multidão não foi puxada pelos tradicionais convocadores de multidões (partidos, sindicatos e mídia tradicional), mas convocada pela rede em um processo horizontalizado, que, segundo o pesquisador, não quer dizer que não tenha centro, “mas que os centros emergem a partir do próprio curso dos movimentos”.

A ideia defendida por Pimentel (2014) e Castells (2013) também orienta este trabalho, quando afirmam que a atuação nas redes pelos manifestantes constrói nova lógica de articulação em rede, em que toda a sociedade – e em especial a comunicação, passa por adaptações, evoluções e transformações. Em consequência, não apenas a maneira de se manifestar, mas de fazer jornalismo se transforma. Os

⁶⁶ Segundo Malini e Antoun (2013), o midialivrismo ciberativista reúne experiências singulares de construção de dispositivos digitais, tecnologias e processos compartilhados de comunicação, a partir de um processo de colaboração social em rede e de tecnologias informáticas, cujo principal resultado é a produção de um mundo sem intermediários da cultura, baseada na produção livre e incessante do comum, sem quaisquer níveis de hierarquia que produza exclusivamente a dinâmica da comunicação um-todos (p.21 e 22)

⁶⁷ Diretor da InterAgentes Comunicação Digital em entrevista ao Portal EBC durante debate no evento #ProtestosBR e um Enfoque Global, no Conexões Globais 2014. A fala completa do especialista pode ser conferida no link: <http://www.ebc.com.br/tecnologia/2014/01/protestosbr-pesquisadores-apresentam-dados-sobre-manifestacoes-de-rua-e-internet>

movimentos precisarão aprender a lidar com a nova lógica, inclusive para que potencializem as ações estratégicas dentro no novo universo, porquê, como ressalta Pimentel, as estratégias tradicionais já não têm alcançado o mesmo efeito.

4.2.1. A nova praça pública

A nova Ágora, como nomeia Miguel Midões (2011), não é outra senão em nosso tempo as telas dos computadores, *tablets* e *smartphones*. Ligados e levados a todas as praças públicas durante as Jornadas de Junho, os *bites* e códigos binários acresceram ao mundo físico um novo espaço de discussão política, econômica e cultural que no passado restringia-se às praças públicas.

Utilizadas na coordenação dos protestos de 2013 no Brasil, as redes sociais digitais auxiliaram no processo que une na mesma realidade o *online* e o off-line no que concerne a mudanças sociais. A *internet* possui como uma das características o favorecimento do anonimato e da individualização, bem como da autocomunicação⁶⁸, ainda que, no mesmo processo exista a facilitação das mobilizações – haja visto que não é preciso que alguém se locomova fisicamente para se “estar” em outro lugar e comparecer a compromissos diversos.

Aqui, cabe posicionar a opinião de que as redes sociais não fizeram surgir as demandas sociais dos protestos de junho, mas foram essenciais na criação das condições para o crescimento e disseminação dos eventos. Foram a Ágora em essência, mas que precisaram ser transpostas para que conquistas reais fossem conquistadas. “Da segurança do ciberespaço, pessoas de todas as idades e condições passaram a ocupar o espaço público, num encontro às cegas entre si e com o destino que desejavam forjar” (CASTELLS, 2013, p. 8).

O #VemPraRua dos cartazes, *posts* e gritos dos participantes dos eventos virtuais e/ou reais é um dos grandes tradutores da soma *internet* + praça pública. Como resultado, publiciza-se (no sentido de se tornar público) – e por vezes surgem – as demandas sociais. A este respeito, destaca-se:

Uma vez que o espaço público institucional – o espaço constitucionalmente designado para deliberação – está ocupado pelos interesses das elites dominantes e suas redes, os movimentos sociais precisam abrir um novo espaço público que não se limite à *internet*, mas se torne visível nos lugares da vida social (CASTELLS, 2013, p. 14 e 15)

⁶⁸ Castells fala de autocomunicação no livro *Redes de Indignação e Esperança – Movimentos sociais na era da internet* (2013), quando afirma que a comunicação na rede digital acontece de forma autônoma.

Aqui, novamente a união entre o *online* e o físico mostra que a ocupação das ruas, praças e locais institucionalizados de poder se torna peça contemporânea de empoderamento público. A rampa do Congresso toma novo significado e essa ressignificação dos espaços modifica a contextualização delas. Isso transforma a geografia e a arquitetura da formação das redes, expandindo-as “do espaço dos lugares, para o espaço dos fluxos” (CASTELLS, 2013, p. 52).

Fábio Malini (2013) coordenador do Laboratório de Estudos de Imagem e Cibercultura⁶⁹ da Universidade Federal do Espírito Santo coordenou diversos mapeamentos e análises das ligações das mídias sociais durante os protestos de rua de 2013. Em um desses estudos, em que analisou a *hashtag* #VemPraRua durante os dias 15, 16 e 17 de junho no *Twitter* (o uso do *Facebook* foi mais voltado para a organização do evento, enquanto o *Twitter* era utilizado no momento das manifestações nas ruas), o estudioso destaca que a *internet* teve grande importância como território de mobilização, convocação e informação acerca dos protestos e procura compreender a construção e o espalhamento desta que foi a *hashtag* mais utilizada ao longo das manifestações brasileiras.

Dos resultados, destacam-se três fases: 1º) a presença massiva de jovens com o uso de gritos de guerra e convocação aliados à *tag*; 2º) a fase informacional, em que a violência policial foi o tema mais abordado; e 3º) a fase de celebridades e protestos, formada principalmente por celebridades e posts sobre os protestos do dia 17.

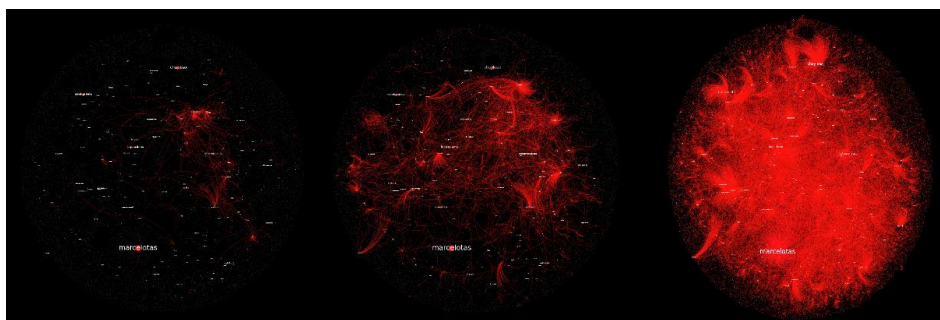


Figura 2 – Evolução da rede da tag #VemPraRua no *Twitter* durante os dias 15, 16 e 17 de junho, em ordem. Fonte: Labic.net, 2013

A *internet* vem como ferramenta de expansão, servindo de gestora e local de encontro antes da ida às ruas, em que a comunicação individual leva à ação coletiva.

No plano individual, os movimentos sociais são emocionais. A insurgência não começa com um programa ou uma estratégia política. (...) Mas o big bang de um movimento social começa quando a emoção se transforma em ação (CASTELLS, 2013, p.18)

⁶⁹ <http://www.labic.net/>

De acordo com dados da pesquisa Ibope Media, o número de pessoas com acesso à *internet* no Brasil chegou a 105,1 milhões no segundo trimestre de 2013, o que representa um crescimento de 3% na comparação com os 102,3 milhões, registrados no trimestre anterior. Dentre os países integrantes do BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), o Brasil é o que mais acessa as redes sociais⁷⁰, superando os Estados Unidos e ficando em primeiro colocado no mundo. Em menos de uma década (de 2005 a 2011), o acesso à *internet* cresceu⁷¹ 143,8% entre a população com 10 anos ou mais, enquanto o crescimento populacional foi de 9,7%.

Note-se, ainda que nada comprove que essas pessoas estavam envolvidas nos protestos, este é um indício que aponta para o crescimento do acesso à rede no período das manifestações de junho de 2013.

Também o Observatório da Imprensa realizou em fevereiro de 2014 um estudo sobre os hábitos de consumo de mídias pela população brasileira⁷². Nas observações da publicação, a *internet* é o meio de comunicação cuja utilização mais cresce entre os brasileiros. Dentre os entrevistados com menos de 25 anos, 77% tinham contato com a rede, pelo menos uma vez por semana. Em relação ao local de onde se acessa a rede, percebeu-se que quanto maior a cidade, mais frequente é o contato da população com a *internet*.

Mais: das 20 opções entre *sites*, blogs e mídias sociais mais citados entre os entrevistados, destaca-se o peso que as mídias digitais têm nos hábitos de uso da *internet* no Brasil - em especial o *Facebook*, que ficou em primeiro lugar com 63,6% durante a semana e 67,1% nos finais de semana. Neste quesito, 68,5% das citações referentes ao período de segunda a sexta-feira e 70,8% das citações referentes aos finais de semana apontam as mídias digitais como os *sites* mais acessados pelos entrevistados. Quando questionados sobre os *sites* que mais utilizam para se informar, os entrevistados novamente apontam as redes digitais (32,1% das citações). Aqui, o *Facebook* também ganha como o local mais acessado quando se procuram fontes de informação, com 30,8% das respostas.

⁷⁰ Informação retirada da matéria “Brasil supera EUA e países do BRIC em uso de redes sociais”, do Portal de notícias G1. Acesso em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/07/brasil-supera-eua-e-paises-do-bric-em-uso-de-redes-sociais-diz-pesquisa.html>

⁷¹ Informação retirada da matéria “Acesso à *internet* no Brasil cresce, mas 53% da população ainda não usa a rede”, da Folha de S.Paulo. Leitura :<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/05/1279552-acesso-a-internet-no-brasil-cresce-mas-53-da-populacao-ainda-nao-usa-a-rede.shtml>

⁷² A Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 pode ser acessada na íntegra pelo endereço: <http://observatoriодаimpressa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

Esta tendência foi comprovada nas respostas dadas pelos entrevistados ao questionário quantitativo deste trabalho de final de curso (a análise e apresentação do questionário podem ser vistos no Capítulo 6 e Anexos). Dos 14 participantes, oito deles disseram que a interação em redes sociais pela *internet* foi de onde veio parte das primeiras informações que eles tiveram a respeito das manifestações de junho de 2013. Era possível escolher entre nove opções, mais de uma. Da soma de todas as respostas, a porcentagem deste item ficou em 30%.

Por conseguinte, ruas e praças não são mais lugares primários de manifestação, como foram desde a Ágora grega e o Fórum romano (ROMANINI, 2012). No caso da ação egípcia, por exemplo, os espaços de resistência também foram construídos na *internet*, haja visto que as formas tradicionais de protesto foram recebidas com enorme ferocidade nas ruas. Ali, as convocações foram feitas pelo *Facebook* e quando a mensagem enviada pela *internet* alcançou um amplo grupo de jovens egípcios com conhecimento da tecnologia, as redes de celulares espalharam a mensagem para outros segmentos da população (CASTELLS, 2013, p.49).

4.3. O Facebook

Todos os grandes atos nas ruas derivaram de “eventos” agendados a partir do *Facebook*. Foi a partir deles que os eventos se difundiram pelas redes e, na proporção direta em que aumentava a indignação social, as manifestações ganhavam adesão massiva, potencializando o efeito viral do engajamento social. As páginas dos eventos, que funcionaram ao mesmo tempo como canal privilegiado de articulação dos ativistas e dos movimentos, foram expressão da composição heterogênea e da construção capilarizada das diversas narrativas que tiveram voz nas manifestações das ruas e das redes (PIMENTEL; SILVEIRA, 2013)

Foi com esse poder de coordenar eventos que o *Facebook* tornou-se fundamental para as Jornadas de Junho. Ao se analisar as características particulares desta mídia, pode-se observar que esta é plataforma que, diferentemente do *Twitter*, permite que um grupo possa se comunicar entre si ou com outros grupos escolhidos. É possível selecionar o conteúdo que se quer receber e mesmo restringir o acesso de estranhos aos dados, bem como procurar pessoas, grupos e eventos específicos; e partilhar mensagens, fotos, vídeos, músicas, notícias.

Em comparação ao *Twitter* – também utilizado durante as manifestações, o *Facebook* afirma ter 1,2 bilhão de usuários ativos que entram na rede social ao menos uma vez por mês. Mais de cinco vezes os 232 milhões de usuários ativos no *Twitter* em 2013. Nos dispositivos móveis (celulares e *tablets*), 874 milhões de pessoas os

usam para acessar ao *Facebook*, enquanto no *Twitter*, são 176 milhões.

Para se ter uma ideia da abrangência e importância desta mídia social para os protestos de junho de 2013, os jornalistas Renato Onofre e Leandra Lima (2013) relatam em reportagem⁷³ que foram encontrados casos de clonagem de páginas de grupos como o MPL na mídia. Esses falsos perfis disseminavam opiniões, imagens e discursos contrários ao que verdadeiramente defendiam as páginas originais. Esta, que pode ser sentenciada como estratégia política de grupos anônimos fez surgir, no período, pelo menos seis páginas que se identificavam como MPL de São Paulo.

Em adição, um estudo de Fábio Malini (2014) sobre o que ele descreve como sendo a nova “grande mídia” analisa o *Facebook* de acordo com discursos midialivristas, mapeando 300 canais da mídia social que divulgavam informações desse tipo sobre a Jornada de Junho. O estudioso utilizou-se da ferramenta *Netvizz*, que identificou as *fanpages* que cada um desses canais curti à época. O relato a sobre a experiência é destacado a seguir:

Essa Grande Mídia chegou para se antagonizar com grande parte dos setores dos veículos de comunicação de massa, mas, principalmente, para construir uma narrativa de dentro das manifestações, disputando o passado com as narrativas tradicionais da imprensa. Essa Grande Mídia não parece ser dialética, não mais depende de qualquer sistema de comunicação de massa para se constituir. E a rede já possui a cerca de 15 milhões de usuários. Mas deve ser mais, porque se estes usuários compartilharem apenas um post de uma dessas páginas, o alcance se multiplica. As páginas são o núcleo da emissão de mensagens no *Facebook*. E os perfis individuais, as células que *ecoam*, por meio do compartilhamento, esses conteúdos. Acredito que essa rede é o retrato mais interessante da autonomia obtida pela atual geração de midialivristas (MALINI, 2014).

Não por acaso, esta é a rede digital escolhida para ser observada nesta monografia, de modo que a aproximação do entendimento desta ferramenta digital nos aproximasse de uma análise cultural das manifestações sociais e do jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação durante as Jornadas de Junho.

⁷³ A reportagem “Pulverização de protestos toma conta do *Facebook*” foi publicada em 24 de junho de 2013 no jornal O Globo.

CAPÍTULO 5. #VemPraRua (As Manifestações)

5.1. Manifestações como processo social

Em 1990, a então multinacional da área de informática Lotus estava prestes a lançar um produto considerado inovador: um CD-ROM com nomes, endereços e estudos de comportamento de mais de 120 milhões de consumidores norte-americanos. Não é possível saber ao certo o que ocorreria caso a tal mídia chegasse ao mercado, mas não fossem os 30 mil *e-mails* enviados pelos cidadãos à caixa de entrada da empresa e teria sido outro, o fato que hoje é considerado pela literatura especializada um dos primeiros marcos de ativismo *online* no mundo.

O produto foi chamado de *Lotus Marketplace: Households* e tinha a esperança de revolucionar a esfera do *marketing* da época. Em vez disso, fez surgir uma nova preocupação na realidade dos navegadores: a privacidade dos dados dos consumidores no espaço da *internet*. O envio das 30 mil mensagens eletrônicas colocou o usuário da rede como produtor de uma nova força motora capaz de transformar a sociedade em que vive (COSTA, 2014).

Quatro anos depois, em janeiro de 1994, o movimento Zapatista começou uma rebelião no estado mexicano de Chiapas. A tentativa do Exército Zapatista de Libertação Nacional era utilizar táticas não-violentas para ajudar indígenas e pessoas pobres a receber benefícios da colheita. O movimento durou 12 dias e gerou intensa repercussão internacional, mas foi o uso inovador da *internet* pelos ativistas que fez deste o primeiro (RODRIGUES, 2014) protesto em escala global da rede.

The role of the *Internet* in the international circulation of information on the indigenous rebellion in Chiapas developed quickly and has continued to evolve. Early on, the *Internet* provided a means for the rapid dissemination of information and organization through preexisting circuits (...) News reports on radio and television were complemented by first-hand reports in cyberspace from a record number of observers who flooded into Chiapas with hitherto unseen alacrity, as well as from more analytical commentators who could voice their opinions and enter into debates more quickly and easily in cyberspace. These few circuits were rapidly complemented by the creation of specialized lists, conferences and *web* pages devoted specifically to Chiapas and the struggle for democracy in Mexico. The breadth of participation in these discussions and the posting of multiple sources of information has made possible an unprecedented degree of verification in the history of the media⁷⁴(CLEAVER, 2005, p.627 e 628).

⁷⁴ O papel da *Internet* na circulação internacional de informação na rebelião indígena em Chiapas se desenvolveu rapidamente e continuou a evoluir. Logo no início, a *internet* forneceu um meio para a rápida disseminação da informação e organização através de circuitos pré-existentes (...) Notícias no rádio e na televisão foram

Até hoje os zapatistas utilizam táticas *online* como a invasão de *sites* oficiais e campanhas cibernéticas para lutar pelos direitos daqueles que consideram desfavorecidos socialmente. As ações são consequência da abertura do Exército Zapatista quanto ao uso da *internet*, e do intermédio dessas redes entre indígenas, Organizações Não Governamentais, e a mídia internacional.

The primary means of information flow came via the *Internet*, allowing the international media to report what their reporters could not see, as local non-governmental organizations (NGOs) connected to the Net sent out hundreds of eyewitness reports (...) The transition from a conventional guerrilla war to an informational war was possible because information technologies had already created new spaces of discussion and diffusion of information through electronic networks. The entrance of civil society into these new spaces is changing the nature of social conflict and transforming information, already this era's most valuable commodity. The phenomenon of social movements on the *Internet* has grown to the point where Rand Corporation consultants, under contract to the U.S. Department of Defense, have identified "net warfare," carried out by decentralized, non-hierarchical social movements, as a principal security threat to intelligence and military establishments.⁷⁵ (MARTINEZ-TORRES, Maria, 2001, p. 347 e p.348)

Como observado, o ato de manifestar-se perpassa as transformações da humanidade. Geralmente, tais movimentos sociais se originam de uma crise nas condições de vida que tornam a existência conjunta especialmente frágil (CASTELLS, 2013) e que impele as pessoas a tomar medidas com as próprias mãos, envolvendo-as em ações coletivas – ainda que individualizadas, pois atualmente construídas por intermédio da *internet*. Com a entrada do sujeito na *internet*, as relações sociais deram um novo salto de complexidade.

Malini e Antoun (2013) defendem que o paradoxo capitalista contemporâneo tenta barrar a socialização e o compartilhamento cada vez mais veloz da produção,

complementadas por relatos em primeira mão no ciberespaço advindos de um número recorde de observadores que inundou Chiapas com entusiasmo até então invisível, bem como de comentaristas mais críticos que poderiam expressar suas opiniões e entrar em debates com mais rapidez e facilidade no ciberespaço. Estes poucos circuitos foram rapidamente complementados pela criação de listas especializadas, conferências e páginas da *web* dedicados especificamente para Chiapas e para a luta pela democracia no México. A amplitude da participação nessas discussões e a publicação de múltiplas fontes de informação tornou possível um grau sem precedentes de verificação na história dos meios de comunicação. – Tradução livre

⁷⁵ O principal meio de informação veio através da *Internet*, permitindo que os meios de comunicação internacionais pudessem relatar o que seus repórteres não podiam ver, como organizações não- governamentais (ONGs) locais conectadas à *internet* e que enviavam centenas de relatos de testemunhas. (...) A transição de uma guerrilha convencional para uma guerra informacional foi possível porque as tecnologias de informação já haviam criado novos espaços de discussão e difusão de informações através de redes eletrônicas. A entrada da sociedade civil nestes novos espaços está mudando a natureza do conflito social e transformando a informação, já reconhecida como o bem mais valioso desta era. O fenômeno dos movimentos sociais na *internet* cresceu ao ponto de os consultores da *Rand Corporation*, contratada do Departamento de Defesa dos EUA, identificassem "guerra em redes" realizadas por movimentos sociais descentralizados e não-hierárquicos, como a principal ameaça à inteligência e estabelecimentos militares. – Tradução livre

“resultado do trabalho cognitivo e afetivo, que não pertencem mais ao capital, mas resultam das relações sociais de cooperação” (2013, p. 11 e 12).

A forma rede, na sua configuração cooperativa, desindividualizada, não responde mais aos atos de fala e de comando vindos de uma centralidade qualquer (partidos, mídia, ONGs, grupos já previamente organizados, etc.), mas emerge como uma rede policêntrica ou distribuída capaz de se articular local e globalmente, numa conexão máxima, e capaz de rivalizar (inclusive por sua imprevisibilidade) com as redes constituídas dos poderes clássicos. (MALINI;ANTOUN 2013, p. 13)

O movimento de apropriação das redes digitais por manifestantes tornou possível o compartilhamento de sentimentos e opiniões no livre espaço público da *internet* em uma autonomia comunicativa sem precedentes (CASTELLS, 2013). A assimilação dessa ferramenta – criada em seus primórdios para pesquisas militares, mantém os movimentos atuais com caracteres revolucionários rapidamente espalháveis, virais, e repletos de imagens e ideias. “Suas raízes estão na injustiça fundamental de todas as sociedades, implacavelmente confrontadas pelas aspirações humanas de justiça” (2013, p.16).

A busca por dignidade e por direitos considerados importantes desembocou em outros movimentos para além dos iniciais protestos contra a invasão de privacidade da esquecida Lotus, em 1990. No Oriente Médio, na Europa, nos Estados Unidos, na África e na América do Sul estouraram inúmeras manifestações não apenas contra a pobreza, ou o preço do transporte público, mas contra estruturas de políticas de faixa tida como falidas. E também contra Estados repressivos, brutalidade policial, intolerância sexual, falta de liberdade de direitos, leis totalitárias, preços abusivos, homofobia, sexismo, racismo, preconceito e tantas outras demandas socialmente existentes na humanidade.

Foi basicamente a humilhação provocada pelo cinismo e pela arrogância das pessoas no poder, seja ele financeiro, político ou cultural, que uniu aqueles que transformaram medo em indignação, e indignação em esperança de uma humanidade melhor (CASTELLS, 2013, p.8)

Primeiro no mundo árabe contra as ditaduras, seguido por atos na Espanha, Inglaterra, Estados Unidos, Portugal, Grécia, Itália contra a crise econômica; conflitos foram gerados sobretudo porque o “poder molda a cultura” (CASTELLS, 2013). Ou seja, as relações de poder são constitutivas da sociedade e aqueles que detêm o poder constroem as instituições segundo os próprios valores – colocando em contraste a vontade dos representantes políticos e da população. A esse respeito Castells (idem) afirma:

As relações de poder estão embutidas nas instituições da sociedade, particularmente nas do Estado. Entretanto, uma vez que as sociedades são contraditórias e conflitivas, onde há poder há também contrapoder – que considero a capacidade de os atores sociais desafiarem o poder embutido nas instituições da sociedade com o objetivo de reivindicar a representação de seus próprios valores e interesses (2013, p.10)

Foi assim que, no Brasil, em junho de 2013, assistiu-se a centenas de milhares⁷⁶ de pessoas sair às ruas em protestos inicialmente contrários ao aumento das passagens de ônibus, trens e metrô dos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro. Naquele mês, mais de 2,5 milhões de pessoas encheram as ruas de todos os estados, inspiradas pelo clamor das redes sociais digitais e pelo sucesso de protestos internacionais ocorridos no decorrer de anos anteriores.

São Paulo foi palco dos maiores casos de excesso policial e violência contra a mídia durante as Jornadas. Reprimido pelos policiais, o protesto pacífico do dia 13 de junho ficou marcado pelos inúmeros episódios contra civis e jornalistas. Talvez o mais conhecido deles tenha acontecido contra o jornal Folha de S.Paulo, que afirma ter tido sete repórteres atingidos na manifestação. Entre eles, Giuliana Vallone e Fábio Braga, que levaram tiros de bala de borracha no rosto. Foi depois desse evento em São Paulo que o Brasil e o mundo se mobilizaram com mais força para protestar, tendo sempre como sala de reunião as mídias sociais.

Havia ampla diversidade de pautas. No Rio de Janeiro, por exemplo, mais de 300 mil pessoas se encontraram em um único dia (20/6/2013) para protestar contra o aumento no preço das tarifas, mas também contra a corrupção, contra a realização da Copa do Mundo no país, para pedir por maiores orçamentos para a saúde e educação, além da votação da PEC 37 – que daria poder exclusivo à polícia para realizar investigações criminais, retirando essa possibilidade do Ministério Público.

A manifestação, que começou pacífica, terminou com violência e depredação: pelo menos 62 pessoas foram atendidas em hospitais, feridas durante o tumulto; cinco foram presas por saque, e outras dez foram detidas. Na mesma data, em mais de 80 cidades do país, as manifestações reuniram o maior público desde o início dos protestos. Dados de levantamento da EBC sobre o número de pessoas na rua neste dia informam que se ultrapassou a marca de 1.028.500 milhão de manifestantes.

Durante os atos, rechaçavam-se partidos políticos, a liderança era difusa, havia

⁷⁶ Os dados foram retirados do levantamento realizado pelo *site* G1 feito durante a cobertura dos protestos em todo o país, a partir do dia 17 de junho. Os números estão disponíveis para acesso em: <http://g1.globo.com/brasil/protestos-2013/infografico/platb/>

amplitude de pautas e os jovens compartilhavam entre si a característica de massivos utilizadores de mídias sociais. Isso, aliado à própria atividade incomum nas ruas brasileiras, tornou o assunto de alto valor noticioso para a imprensa.

Ao analisar tais movimentos sociais na era da *internet*, Castells (2013) sublinha que o espaço público dos movimentos é estabelecido hibridamente:

O espaço público dos movimentos sociais é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais da *internet* e o espaço urbano ocupado: conectando o ciberespaço com o espaço urbano numa interação implacável e constituindo, tecnológica e culturalmente, comunidades instantâneas de prática transformadora (2013, p.16)

O autor se vale desta tese para destacar que os seres humanos significam e ressignificam ações e comportamentos ao interagir com meio ambientes distintos: “conectando suas redes neurais com as redes da natureza e com as redes sociais” (2013, p.11). A constituição dessa rede seria, primordialmente, de caráter comunicacional, haja visto que é a comunicação a responsável pela troca de informações na sociedade. Tal ideia, como se viu no Capítulo 1 é central na discussão de Roque Laraia (2001), onde, dentro desse complexo sistema, a comunicação é, inevitavelmente, um processo cultural que molda a visão das pessoas sobre determinado tema ou comportamento.

Em que pese este ponto de vista, desde a Antiguidade, o homem vem tentando entender as diferenças de comportamento entre os povos. Laraia (2001) nos aponta que não é possível compreender as mudanças de comportamento, – mesmo as que ocorrem dentro de sociedades semelhantes e entre pessoas de mesma nacionalidade, apenas através do estudo do meio-ambiente ou do corpo humano. Ou seja, deve-se entender que o sentido de cultura se transforma com a evolução humana e que viver em um mundo que se modifica constantemente traz, portanto, desafios.

O autor rechaça a teoria do determinismo biológico, segundo o qual os seres humanos nascem com características natas e com capacidades físicas e psicologias pré-determinadas e não podem modificar esse contexto apesar do que façam. Segundo destaca, os antropólogos estão totalmente convencidos de que as diferenças genéticas não são determinantes para as diferenças culturais. É tudo mais complexo. Vale mais as interações do indivíduo com o meio em que vive do que necessariamente o local de nascimento deste.

A posição da moderna antropologia é que a “cultura age seletivamente”, e não casualmente, sobre seu meio ambiente, “explorando determinadas possibilidades e limites ao desenvolvimento, para o qual as forças decisivas estão na própria cultura e na história da cultura”. As diferenças existentes

entre os homens, portanto, não podem ser explicadas em termos das limitações que lhes são impostas pelo seu aparato biológico ou pelo seu meio ambiente (LARAIA, p.24)

Na Comunicação não é diferente. No jornalismo também se manifestam interações simbólicas e culturais. Por ser parte integrante da complexa teia de redes que constituem a sociedade, no jornalismo, a cultura é construída na medida em que os envolvidos constroem e consolidam “significados, símbolos e discursos para todas as ações” (MARCHIORI, p.293).

Assim, as manifestações humanas em busca de melhorias ou subversões de uma ordem já estabelecida são processos comunicativos, culturais e, ultimamente, operadas em redes digitais. E, se a cultura é centralizada na comunicação e esta mesma comunicação é alterada pela presença da *internet*, então, a cultura também tem se modificado no processo – porquanto altera as manifestações sociais. Em última instância, o jornalismo, por ser um processo cultural, também se altera.

De outro modo, tais mudanças implicam em profundas transformações também nas revoluções (MALINI e ANTOUN, 2013), em que a população não precisa mais de intermediários, líderes ou porta-vozes para falar por ela; tornando, portanto, tais manifestações processos sociais em transformação.

5.2. O Mundo em revolução

Em 2009 e 2011, a Tunísia e a Islândia iniciaram nas praças da cidade movimentos de insurreição que transformaram a composição política local e se tornaram ponto de referência para lutas no mundo árabe, Europa e Estados Unidos, dando início ao que se tornaria, depois, o movimento *occupy*. Estes e os seguintes, foram movimentos baseados no compartilhamento de informações e na lógica de mobilização em rede, em que a rua e a *internet* se retroalimentavam e criavam modelos de organizações políticas que rompiam com a fragmentação social individualista típica do neoliberalismo (MALINI e ANTOUN, 2013).

A onda de revoltas atingiu os países árabes no final de 2010 e chegou a derrubar ditadores como Muammar Kadhafi, há mais de 30 anos no poder líbio. Os levantes ficaram conhecidos como Primavera Árabe e começaram como ações espontâneas de rua, tornaram-se violentas em países como Egito e Bahrein; alcançaram conquistas e transições de governos, e viraram inspiração para outras insurgências. No Egito, por exemplo, em janeiro de 2011, milhares de manifestantes bradavam que “A Tunísia é

a solução!”, trazendo à memória os protestos tunisianos e modificando o lema “O Islã é a solução!”, predominante nas mobilizações do mundo árabe nos anos anteriores (CASTELLS, 2013, p.13).

Estas manifestações introduziram no pensamento crítico de diversos países novas questões a ser exploradas, principalmente no que diz respeito ao projeto emancipatório (SOUZA, 2012) desses locais.

Na obra *A Galáxia da Internet* (2003), Castells sublinha que a *internet* é uma tecnologia “maleável, suscetível de ser profundamente alterada por sua prática social, e conducente a toda uma série de resultados sociais potenciais” (p.10) que devem ser descobertos por meio da experiência. Além de tecnologia, o autor aponta a *internet* como uma rede de comunicação global, em que o uso aliado à realidade em evolução são “produtos da ação humana sob condições específicas da história” (p. 12).

A elasticidade da *internet* a torna particularmente suscetível a intensificar as tendências contraditórias presentes em nosso mundo. Nem utopia nem distopia, a *internet* é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico, que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade (2003, p.11)

A luta por democracia e melhores condições de vida foram linhas que uniram não apenas pessoas desgostosas com os desmandos ditatoriais, mas que uniram na mesma praça pessoas com experiências de vida culturalmente distintas. Nas palavras de Castells (2013), o movimento de prelúdio às revoluções e movimento *occupy*:

Foi estimulado pela indignação provocada pela cumplicidade percebida entre as elites financeira e política. Foi desencadeado pela sublevação emocional resultante de algum evento insuportável. E tornou-se possível pela superação do medo, mediante a proximidade construída nas redes do ciberespaço e nas comunidades do espaço urbano. (2013, p.23 e 24)

Da Tunísia – primeiro local a protagonizar atos desse tipo, o corpo imolado do vendedor ambulante Mohamed Bouazizi foi o chamado que a população local esperava para dar um basta aos problemas sociais. Bouazizi pôs fogo ao próprio corpo diante de um prédio governamental, em protesto às humilhações sofridas por ele após se recusar a pagar propinas e ver policiais confiscarem repetidas vezes a banca de frutas em que trabalhava.

O vídeo do corpo em chamas caiu na rede *online* graças a um primo de Mohamed, Ali. Em uma onda de empatia, outros suicídios e tentativas de suicídios tomaram o país. Em reportagem veiculada pela *Al Jazeera* à época, o homem ficou conhecido como aquele “que, morto, fez nascer a revolução pela liberdade de uma

nação”. Amigos próximos a Mohamed tomaram as ruas e a repressão dos protestos iniciais foi brutal. Pelo menos 147 pessoas foram mortas e centenas ficaram feridas apenas nos primeiros dias de 2010.

A conexão entre a liberdade da *internet* e o espaço público reprimido foi a receita certa para que, entre os jovens que ocuparam as ruas, os perfis no *Facebook*, *Twitter* e *Youtube* se tornassem a marca da revolução tunisiana. De fato, tais conexões deram imagens e sons às vozes do menor país do norte da África.

Eles filmavam-se e divulgavam o vídeo dos debates pela *internet*. Mas sua linguagem não era apenas digital. Os muros da praça foram cobertos de slogans em árabe, francês e inglês, já que o movimento desejava relacionar-se com o mundo exterior para reivindicar seus direitos e aspirações. (...) Novos e distintos fatores tornaram possível o sucesso das revoltas populares tunisianas de 2011 por um período prolongado (....). Foi na conexão entre as redes sociais da *internet* e as redes pessoais que se forjou o protesto. Assim, a pré-condição para as revoltas foi a existência de uma cultura da *internet*, constituída de blogueiros, redes sociais e ciberativismo” (CASTELLS, 2013, pp.26, 28 e 29)

Na Islândia, o deflagrar da crise não veio do fogo, mas do profundo esquema de corrupção bancária do país, em que as três maiores instituições do gênero utilizaram de esquemas fraudulentos de venda e compra de ações, além do uso exacerbado de especulações para conseguir vantagens financeiras. De quinta maior renda média mundial em 2007, os islandeses viram o Fundo Monetário Internacional pedir, em memorando confidencial de abril de 2008, o controle dos bancos nacionais. O Produto Interno Bruto islandês caiu 6,8% em 2009 e 3,4% no ano seguinte, causando a “Revolução das Panelas”, em alusão aos instrumentos caseiros utilizados pela população para fazer barulho durante as manifestações.

O caso islandês teve como nascimento a presença do cantor Hondur Torfason em frente ao parlamento local em outubro de 2008. O artista cantou músicas em protesto ao sistema bancário e aos políticos subservientes do sistema econômico. Alguém assistiu a cena, filmou e a compartilhou na *internet*. Dias depois, milhares de pessoas começaram a protestar em praças do país. Com a intensificação dos protestos nas praças e nas redes sociais, em 2009, o parlamento foi obrigado a antecipar a votação das eleições e uma nova coalizão assumiu o poder – fato que não acontecia desde 1927.

Ambas as revoluções se assemelham por terem sido desencadeadas por eventos dramáticos (o colapso financeiro em um e o suicídio de um cidadão em outro), e pelo uso de mídias sociais como fator importante no desenvolvimento das ações

nas ruas e nas decisões políticas. As mídias mobilizaram pessoas, ofereceram plataformas de discussão, convocaram à ação, coordenaram e organizaram os protestos e abasteceram a população de informações (CASTELLS, 2013, p.44). Em ambos os casos, e também nos protestos que se seguiram, as manifestações saíram das redes digitais para a rua, tornando-o híbrido, constituído por redes sociais digitais e por uma recém-criada comunidade urbana.

As manifestações chegaram ao Egito. Ali, os protestos foram consequência da Primavera Árabe e destituíram o considerado último faraó da região: Mubarak, que governava o país há 30 anos. Depois de renunciar ao cargo, o político foi julgado e condenado à prisão perpétua.

Dessa luta, diversas iniciativas que utilizavam a *internet* deram visibilidade ao movimento de revoltas, como a página de protestos feita no *Facebook* pelo *Movimento da Juventude 6 de abril*, que atingiu mais de 70 mil seguidores; e a rede de iniciativas em torno do grupo *Somos Todos Khaled Said*, que homenageava jovem ativista espancado até a morte por policiais em um café de Alexandria. O crime aconteceu em junho de 2010 após Said ter distribuído na *internet* um vídeo sobre corrupção policial.

O assassinato de Khaled e a deflagração da revolução tunisiana inspiraram os revoltosos egípcios, que iniciaram protestos nunca vistos no país. Ao total, seis autoimolações aconteceram em protesto à crescente brutalidade policial e ao aumento do preço da comida, que acabara deixando pessoas com fome.

Chamados de ação e combate foram disseminados pela *internet*, em consonância à tendência global. No Egito, particularmente importantes foram as redes de torcedores de clubes de futebol, que já possuíam um longo histórico de enfrentamento com a polícia. Após a imolação do quarto cidadão egípcio, Asmaa Mafhouz, estudante de administração da Universidade do Cairo, postou em seu *vlog* um chamado de ocupação da praça Tahrir. A convocação foi colocada no *YouTube* e ficou conhecida como o vídeo que ajudou a desencadear a revolução egípcia.

Em 25 de janeiro, dezenas de milhares de pessoas compareceram à manifestação e ocuparam a praça, transformando-a no espaço público da revolução. A polícia reagiu com extrema violência todas as vezes que a praça foi ocupada, criando confrontos sangrentos e novas insurgências. Devido à violenta reação policial, os espaços de resistência originais no Egito foram constituídos no ambiente virtual (CASTELLS, 2013, p.49), em especial no *Facebook*, ambiente em que foram convocadas as manifestações.

Manifestantes registraram os eventos com seus telefones celulares e compartilharam seus vídeos com pessoas do país e do mundo via YouTube e *Facebook*, frequentemente transmitindo ao vivo (...). No entanto, a forma social básica do movimento foi a ocupação do espaço público. Por esse motivo, a praça Tahir foi repetidamente atacada, a fim de expulsar os ocupantes, e inúmeras vezes reocupada, sob o custo de intensas batalhas com as forças de segurança. Essa solidariedade comunal criada na praça Tahir tornou-se um modelo para os movimentos Occupy que iriam brotar mundo afora nos meses seguintes. (Castells, 2013, p.50 e p.51)

Do Egito, a revolta chegou à vizinha Líbia, onde foi também bastante violenta. Muammar Kadhafi, que governava o país de forma ditatorial há mais de quatro décadas, foi morto por rebeldes depois de sangrentos confrontos entre as forças favoráveis ao ditador e as contrárias. Ele foi deposto e morto em meio aos violentos protestos da Primavera Árabe, seguindo os passos dos ditadores tunisiano, Zine al Abidine Ben Ali, que caiu em janeiro, e do egípcio, Hosni Mubarak, que deixou o poder em fevereiro de 2011.

As revoluções seguiram se espalhando, com a instituição do *Dia da Fúria* em diversos países: Argélia, Líbano, Jordânia, Mauritânia, Sudão, Omã, Iêmen, Bahrein, Kuwait, Marrocos, Saara Ocidental, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos e Síria. Em cada país onde a revolução nascia inspirada na anterior, os motivos variavam de acordo com as demandas particulares de cada população (também na Europa, Estados Unidos e Brasil) e se espalhavam pela forte presença das mídias sociais.

Com os *Indignados da Espanha*, as demandas surgiram da crise em que mergulhava a Europa em 2011. Alguns cidadãos criaram grupos de discussão no *Facebook*, intitulando-se *Plataforma de Coordenação de Grupos Pró-Mobilização Cidadã*. A rede logo cresceu para um grupo de debates e ações chamado *Democracia Real Ya*, que montou fóruns, blogs e lista de e-mails. Com inspiração advinda da experiência árabe, os espanhóis foram às ruas protestar contra o alto índice de desemprego local (22% da população, 47% entre os jovens)⁷⁷.

Não haviam líderes, nem grupos políticos e sindicais que representassem os manifestantes, mas em 15 de maio de 2011, mais de 50 mil pessoas se encontraram em Madri, 20 mil em Barcelona e 10 mil em Valência. Nas semanas seguintes, mais de cem cidades seguiram o exemplo de ocupação da capital. Como conta Castells (2013), após a manifestação de Madri, os manifestantes se dirigiram para a *Puerta del Sol*, praça simbólica da cidade, e passaram a noite discutindo o significado do que seria uma democracia “real”. No dia seguinte, em Barcelona, manifestantes ocuparam a praça

⁷⁷ Esta e outras histórias sobre movimentos sociais na era da *internet* foram contadas na obra *Redes de Indignação e Esperança*, de Manuel Castells (2013).

Catalunya e, juntamente com ocupantes de Madri, discutiram propostas dos candidatos às eleições municipais que ocorreriam dias depois. Nasceram, assim, os acampamentos de ocupação, o movimento *Occupy*.

De forma semelhante, nos Estados Unidos, a instabilidade do mercado imobiliário – em que centenas de milhares de pessoas perderam a casa e altas quantias em dinheiro, fez com que praças de diversas cidades norte-americanas fossem ocupadas em protesto ao modelo capitalista vigente. Desde 2007, empréstimos eram cortados, empresas fechavam, empregados eram demitidos e salários diminuía enquanto o 1% mais rico do país se apropriava de 58% do crescimento econômico da época.

Pessoas contrárias ao governo presidencial de Barack Obama adotaram a revolta espanhola como bandeira e levaram para a América do Norte as redes que se expandiam na Europa. Em 13 de julho de 2011, a *Adbusters*, revista crítica cultural com sede em Vancouver, convocou a população a ocupar *Wall Street* – apontada pela publicação como a maior corruptora da democracia contemporânea, “a Gomorra financeira da América” (CASTELLS, 2013, p.120).

A convocação levava a cabo o mote #OccupyWallStreet citado por outros grupos antes do *Adbusters*. Caso do *AmpedStatus*, um grupo de ativistas organizados em rede que postavam análises e informações sobre a destruição financeira da economia norte-americana na *internet*. Este grupo juntamente com o *Anonymous* e outras redes menores planejaram uma “rebelião Empire State” e convocaram a ocupação de *Wall Street* em 17 de setembro daquele ano. Desse protesto, nasceu a ocupação do Zuccotti Park e diversas novas manifestações foram organizadas na cidade de Nova York. Quão maior era a repressão, mais imagens eram postadas em redes sociais e mobilizavam ainda mais pessoas. Em 1º de outubro, cerca de 700 pessoas foram presas. Em resposta, uma semana depois, 15 mil pessoas fizeram um novo protesto. As ocupações tomaram conta do território e mais de 600 manifestações ocorreram em todos os estados norte-americanos (CASTELLS, 2013, p.123), indicando uma crise generalizada na confiança econômica e organizativa da política americana.

Tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, o movimento de ocupação não possuía lideranças ou porta-vozes oficiais, os debates eram caracterizados pela horizontalidade, e depois de algum tempo, as ocupações dos espaços físicos perderam força, pois apenas ativistas em tempo integral conseguiam permanecer nos acampamentos e acompanhar as sessões de discussão.

Em todo o mundo, o desafio de sair das redes sociais e ocupar as ruas foi superar

os limites do ambiente virtual e a possível repressão policial para obter conquistas concretas, que modificassem sistemas eleitorais, preços de alimentos, decisões políticas e econômicas. Isso porque questiona-se o real poder de transformação de movimentos como o #Occupy, para além dos discursos e permanência no campo das ideias. Para Castells (2013), a transformação não precisa necessariamente sair deste campo, desde que a verdadeira mudança ocorra dentro das pessoas que participam da construção desses movimentos. Em muitas cidades do mundo, a saída encontrada foi descentralizar as ações das praças públicas e migrá-las para o ambiente virtual das plataformas digitais, onde as discussões continuam.

5.3. Jornadas de Junho, Brasil.

Em 2013, três décadas depois dos grandes protestos de rua que pediam a redemocratização do país com as Diretas Já (1984), e duas décadas depois do Movimento Caras Pintadas (1992), que exigia o *impeachment* do então presidente Fernando Collor de Melo, o Brasil viveu uma onda de protestos que se espalhou pelo país e tomou grandes proporções.

Estes dois atos, somados à *Passeata dos Cem Mil*, em 1968, montam os três grandes protestos ocorridos na história recente do país e que são anteriores ao que ficou conhecido como a *Marcha do Vinagre* e, depois, *Jornadas de Junho*. Eles foram montados ainda em um mundo analógico, sem a presença da *internet* e com a ajuda de panfletos e do eterno boca-a-boca. Para a marcha dos Cem Mil, Centros Acadêmicos universitários ajudaram a convocar pessoas; lideranças faziam visitas em escolas, universidades, e se aproximavam de artistas. Com os Caras Pintadas, a estratégia foi usar megafones e distribuir panfletos nas ruas, além de reuniões com lideranças em pontos estratégicos da cidade, para que se debatessem os rumos do movimento (TABAK; MENEZES; LOBO, 2013).

Se antes os protestos foram turbinados por uma estrutura partidária forte e pela presença de instituições sindicais, hoje, ao contrário, esses órgãos representativos se tornaram alvo das próprias manifestações populares. Talvez porque décadas depois das primeiras conquistas democráticas, a população não tenha notado o crescimento prometido por essas instituições e diversas pequenas crises de representação democrática tenham surgido, abalando a confiança da população.

Ninguém esperava pela explosão de manifestações, por isso, quando a

imprensa tentou entender o processo de surgimento dos protestos, as indicações de problemas dispersos no país fizeram com que repórteres como Fernanda Godoy (2013), do Jornal O Globo, apostassem nos sinais de fervura espalhados pelo Brasil e não em um fato particular.

Em março, após o descumprimento de diversos mandados judiciais, a tropa de choque da PM desocupou a força a Aldeia Maracanã, antiga sede do Museu do Índio no Rio, onde houve o primeiro protesto significativo contra a Copa do Mundo no Brasil. No dia 2 de maio, 19 dos 25 réus condenados no julgamento do mensalão entraram com recursos visando a protelar a ordem de prisão, rever sentenças e até afastar o presidente do STF, Joaquim Barbosa, da relatoria do processo (...); no dia 19 de maio, uma onda de boatos sobre a suspensão dos pagamentos do Bolsa Família provocou a corrida de 900 mil beneficiários aos caixas eletrônicos e um quebra-quebra que se espalhou por 12 estados. A inflação em alta incomodava. (GODOY, 2013, p.12)

Assim, em junho de 2013, tanto os manifestantes, como a polícia, e representantes políticos foram alvos dos conflitos durante os protestos. A rua tornou-se espaço de passeatas, luta política, hostilidade contra a mídia, depredações, busca por direitos e algumas conquistas políticas – tidas como inéditas. As reivindicações eram diversas e se dividiam entre a luta por mais dinheiro para a saúde e educação, pelo combate à corrupção, por transporte urbano de qualidade, e ainda contra o preconceito e contra a realização da Copa do Mundo no Brasil no ano seguinte.

De acordo com pesquisa feita pela Avaaz⁷⁸, com mais de dez mil envolvidos nos protestos brasileiros, os quatro maiores pedidos de mudança dos manifestantes (dentre 21 apontados) eram a votação da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 37 – que previa a redução dos poderes de investigação do Ministério Público em relação às polícias Federal e Civil; a reforma política, a consideração da corrupção como crime hediondo, e a melhoria na qualidade de hospitais. Esses pedidos, juntos, somaram mais de 70% dos anseios dos participantes da enquete.

A mesma pesquisa indicou que mais de 60% dos que responderam tinham entre 18 e 35 anos e ganhavam entre um e cinco salários mínimos. Ou seja, eram a parte da população considerada como nova classe média, que evoluiu economicamente, ascendeu em termos salariais, mas que vivia com o conhecimento prévio de uma vida envolta a diversos problemas de políticas públicas.

⁷⁸ Avaaz, que significa "voz" em várias línguas, é uma enorme comunidade virtual de mobilização *online* lançada em 2007 de caráter ativista, que recolhe assinaturas para petições e campanhas em todo o mundo. A rede, que também é conhecida como uma rede de protestos foi amplamente utilizada por manifestantes brasileiros durante os protestos de junho de 2013. A Avaaz tem mais de 35 milhões de seguidores em todo o mundo, pelo menos quatro milhões deles no Brasil.

O ponto de partida da onda de manifestações no Brasil em 2013 foi o reajuste das tarifas de ônibus municipais, no início do mês de junho. Em São Paulo, o valor da passagem passou de R\$ 3 para R\$ 3,20 – a mais cara do país, e no Rio de Janeiro foi de R\$2,75 para R\$2,95. Neste momento, parte da liderança difusa dos protestos foi direcionada para o Movimento Passe Livre (MPL), grupo coletivo que tem como meta alcançar tarifa zero e transporte gerido pelo poder público com participação popular em todo o território brasileiro.

Eles, no entanto, não foram os responsáveis por organizar os protestos seguintes, os que levaram quase dois milhões de pessoas às ruas em 20 de junho e que obtiveram outras conquistas além da diminuição do preço das passagens. Foram pessoas que não participavam de grupos organizados e se sentiram, de alguma forma, compelidos a lutar pelos direitos sociais.

Em 7 de junho, em Manaus (AM), o prefeito Arthur Virgílio (PSDB) reduziu a tarifa de ônibus de R\$ 3 para R\$ 2,90. Em 10 de junho, uma liminar da Justiça cancelou o aumento da tarifa de ônibus em Goiânia, fazendo com que ela custasse R\$2,70 e não R\$ 3 como estava previsto. Em 18 de junho, governos de pelo menos quatro capitais (Cuiabá, Porto Alegre, Recife e João Pessoa) anunciaram queda nos preços das tarifas do transporte público. No dia seguinte, 19, foi a vez de São Paulo, Aracajú e Rio de Janeiro anunciarem redução nas tarifas do transporte coletivo.

O lema inicial “Não é por 20 centavos” abriu espaço a outros ecos, reverberando em demandas sociais diversas: no início de julho, a Câmara dos Deputados retirou de votação um projeto que defendia a cura gay, e o Senado Federal propôs mudanças no Projeto de Lei que destinava verbas dos royalties do petróleo para educação e saúde.

Pelo Congresso passaram também projetos de transparência voltados para a tarifação do transporte público; a criação de mecanismos interativos em que a população poderia opinar nas discussões sobre as proposições em tramitação na Casa; e a Lei Anticorrupção. Em Minas Gerais, a Assembleia Legislativa aprovou o fim do voto secreto em todas as votações da Casa.

As manifestações contra o aumento das tarifas de ônibus municipais no país tomaram fôlego após o primeiro protesto ocorrido em São Paulo, em 6 de junho, que resultou em um confronto entre manifestantes e policiais militares. A partir da reação exagerada da polícia militar, diversas outras manifestações foram organizadas dentro e fora do país. Este primeiro grande ato contra o aumento das passagens foi

convocado pelo MPL e reuniu entre duas e cinco mil pessoas.

Na manifestação do dia 7 de junho, também em São Paulo, o Movimento Passe Livre informou que 30 pessoas foram feridas por balas de borracha e estilhaços de bombas de gás disparados pela Polícia Militar. Estavam presentes na manifestação cerca de cinco mil pessoas. Menos de uma semana depois, em 11 de junho, o terceiro ato levou praticamente o triplo de pessoas às ruas paulistanas: 15 mil pessoas podem ter participado do ato naquele dia. No dia 13, data que ficou marcada pelos maiores índices de violência em todo o país, as manifestações resultaram em cem feridos e 237 detidos apenas no Rio de Janeiro. Nesse dia houve passeatas também em Maceió, Porto Alegre e Natal, embora tenha sido no Rio de Janeiro que a violência policial e individual tenha ganhado manchetes jornalísticas nacionais e internacionais.

Até este momento, a presença de destaque das manchetes dos grandes jornais brasileiros dava vazão à violência dos manifestantes e, em seguida, à represália policial dos atos. Também falava-se muito das depredações, pichações e montagem de barricadas nas ruas.

No dia 17 de junho, em Brasília, os manifestantes subiram ao teto do Congresso Nacional e ficaram sobre as cúpulas, ocupando por horas o símbolo nacional. No mesmo dia, no Rio de Janeiro, dois policiais dispararam tiros com balas tradicionais de metal para o alto, na tentativa de deter invasores da Assembleia Legislativa. Entre os feridos, três baleados, um deles com perfuração no pulmão.

Em consonância aos protestos do eixo Rio – São Paulo, as manifestações se espalharam em todo o país. Em poucos dias, também devido ao uso das redes sociais digitais, o número de cidades e de pessoas envolvidas saltou vertiginosamente. Atos em todos os estados chegaram a contabilizar mais de 350 cidades durante todo o mês de junho, e mais de 150 apenas no dia 20 de junho.

A organização das Jornadas foi feita pela *internet*. Foram em ferramentas digitais que os participantes encontraram espaço para a divulgação e união de ideias. Foram nelas que se mobilizaram, discutiram pontos e organizaram todas as manifestações que aconteceram no Brasil durante o mês de junho de 2013.

De acordo com pesquisa⁷⁹ do Ibope Inteligência, realizada a pedido da revista Época e publicada em 24 de junho de 2013, 75% da população se mostraram favoráveis às manifestações. A mesma pesquisa indica que a respeito das diversas

⁷⁹ Disponível em <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/75-dos-brasileiros-sao-favoraveis-as-manifestacoes-publicas.aspx>

pautas que foram levantadas, a maioria da população (59%) identifica o aumento das tarifas de transporte público como principal motivo para os protestos. O combate à corrupção é apontado por aproximadamente um terço dos entrevistados, assim como as reivindicações por maiores investimentos em saúde e educação.

No dia 16, uma pesquisa⁸⁰ divulgada pela Confederação Nacional dos Transportes (CNT) mostrou que para 64,9% dos entrevistados as manifestações nas redes sociais e nas ruas poderiam interferir nas eleições de 2014. Apenas 7,7% responderam não acreditar na interferência do movimento no resultado das urnas.

Em outra pesquisa⁸¹, veiculada em 18 de junho, a instituição indica que, “no total, 10% da população internauta brasileira afirma ter saído às ruas para protestar” até o dia anterior, 17.

Ao encontro desse dado, a Mestre em Sociologia Política e pesquisadora de movimentos sociais, Carla Ribeiro, em entrevista⁸² concedida à EBC em 20 de junho, acredita que esta é uma nova forma de cidadania, em que pessoas que antes não eram ouvidas ou pouco ouvidas tiveram a oportunidade de expressar suas opiniões em um ambiente ilimitado. Ela destaca também o poder de intervenção possibilitado por essas redes, pois possibilitam a quebra de hegemonia de grupos e forçam políticos a repensar o modo de se fazer política no país.

Muitos protestos deixaram rastros de destruição e depredação nos patrimônios públicos das cidades, além de cenas de uso abusivo da força policial. A divulgação das imagens da repressão e das causas defendidas pelos participantes foram intensas pelas redes sociais.

Além do uso da *internet*, seguindo a tendência de protestos mundiais, outro destaque das Jornadas de Junho foi a presença dos Black Blocs, grupo conhecido por praticar atos considerados violentos pela opinião pública. O nome faz referência à nomenclatura de uma estratégia de manifestação anarquista, na qual pessoas que têm afinidades, mascaradas e vestidas de preto, se reúnem durante as

⁸⁰ Pesquisa realizada com 2.002 mil pessoas, em 134 municípios de 20 estados, entre os dias 7 e 10 de julho. A margem de erro é de 2,2 pontos percentuais. Em: <http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/07/quase-65-dos-entrevistados-aprovam-manifestacoes-indica-cnt>

⁸¹ Os dados são do CONECTAí, painel online do IBOPE Inteligência. As informações foram coletadas junto a 1.775 internautas integrantes do painel CONECTAí, em todo país, entre os dias 15 e 17 de junho. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/72-dos-internautas-estao-de-acordo-com-as-manifestacoes-publicas.aspx>

⁸² Entrevista disponível no endereço: <http://www.ebc.com.br/cidadania/galeria/audios/2013/06/especialista-comenta-papel-das-redes-sociais-nas-manifestacoes>

manifestações⁸³. Em nova pesquisa divulgada no dia 7 de julho pela CNT, 93,4% dos entrevistados desaprovavam a presença do grupo mascarado nos protestos.

Como resposta aos levantes públicos, a presidente Dilma Rousseff fez um pronunciamento oficial de dez minutos em rede nacional. No discurso, a presidente reconheceu a legitimidade dos protestos, condenou os atos violentos e propôs a adoção de pactos para atender às reivindicações. A proposta do governo era que a reforma política passasse por um plebiscito que determinaria os pontos a serem revistos. O projeto, no entanto, enfrentou resistência e não foi aprovado em tempo hábil para que pudesse valer já para as eleições de 2014.

Pelo caráter jornalístico deste Trabalho, é interessante destacar parte das manifestações empreendidas contra a imprensa (outras informações a respeito das coberturas podem ser vistas no Capítulo 2). Diversos profissionais foram feridos e equipamentos foram destruídos. No tumulto entre manifestantes radicais e a polícia de São Paulo, por exemplo, um repórter da Globo News foi ferido na cabeça com uma bala de borracha. Em outro momento, um fotógrafo do jornal O Globo foi atingido no ombro no mesmo dia em que um veículo de reportagem da emissora SBT foi atacado, roubado e pichado no Rio de Janeiro.

Em tempo, segundo dados de uma pesquisa nacional⁸⁴ sobre segurança pública, feita pela Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ) e o Instituto Ipsos, as manifestações populares iniciadas em junho do ano passado mudaram a rotina de 58% dos brasileiros consultados.

A violência também fez vítimas fatais. Durante os protestos da Jornada de Junho, seis pessoas morreram em decorrência direta e indireta das manifestações. Em Belo Horizonte, Douglas Henrique de Oliveira Souza, 21 anos, faleceu após cair do viaduto José Alencar, próximo ao estádio Mineirão durante confronto com a polícia. Em Cristalina (GO), Valdinete Rodrigues, 40, e Maria Aparecida, 62, foram atropeladas por um caminhão na BR-251, quando protestavam na via. O motorista fugiu em seguida. Em Belém, Cleonice Vieira de Moraes, 52, morreu ao ter um AVC depois que a polícia lançou bombas de gás lacrimogêneo no depósito onde se protegia com colegas de trabalho. Em Ribeirão Preto (SP), Marcos Delefrate, 18, foi atropelado

⁸³ Informação retirada da retrospectiva 2013 da Empresa Brasil de Comunicação. O texto pode ser acessado pelo endereço <http://www.ebc.com.br/retrospectiva-2013>

⁸⁴ Informação retirada de notícia da EBC. Em: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2014/05/manifestacoes-de-rua-mudaram-habitos-e-opinioes-dos-brasileiros>

por uma *Land Rover* que furou o bloqueio de manifestantes em uma avenida da cidade. No Guarujá, Baixada Santista, um caminhoneiro decidiu pegar uma saída proibida para evitar a manifestação nas vias da cidade e atropelou Igor Oliveira da Silva, de 16 anos. O adolescente estava na garupa de uma bicicleta com um amigo e não participava do protesto.

5.3.1. Brasília, 20 de Junho de 2013

O dia 20 de junho de 2013 foi escolhido como objeto de observação para este Trabalho para que, juntamente com a cobertura da Empresa Brasil de Comunicação e a página de evento do *Facebook* que organizou o protesto desse dia em Brasília, a análise do agendamento jornalístico pensado para a *internet* seja considerada. Dentre todos os dias de manifestações, esta data foi selecionada por ter sido a que mais teve pessoas na rua, ampliando a quantidade de envolvidos em todos os estados do país e sua consequente relevância.

Nesse sentido, apenas o ato de tantas pessoas saírem às ruas já possuiria a abrangência e amplitude exigidas pelo jornalismo para que coberturas midiáticas fossem realizadas. Para além disso, ao se levar em consideração que os protestos de rua tiveram decorrências diretas em decisões políticas, a temática ganha importância em detrimento de outras. Em consequência, o dia 20 de junho de 2013 apresenta os três valores-notícias apontados por Wolf (1999) como essenciais para a criação de uma notícia: impacto, relevância e notoriedade.

Quanto ao impacto, acontecimentos com potencial para transformar a nação e o interesse social são vistos pelo autor como aqueles que podem influenciar conjecturas políticas, sociais e econômicas. As manifestações de 20 de junho possuíram tal potencial e, em consequência, aprofundaram debates sobre o aprimoramento da sociedade, pois impulsionaram “o homem e a sociedade à ação” (BELTRÃO, 1960, p. 87).

Por ter sido um fato que gerou mudanças sociais e aproximação ao debate público, as manifestações desse dia podem ser consideradas como possuidoras de relevância e significatividade, gerando acontecimentos futuros para a ação das ruas. Por fim, a quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolveu influenciou na valoração das notícias. Como Wolf (1999) entende que, quanto maior o número de pessoas, mais o fato ganha notoriedade, os quase dois milhões de pessoas nas ruas, em 20 de junho de 2013, agregam este valor-notícia.

Os protestos ocorreram em pelo menos 120 cidades⁸⁵ de todos os estados brasileiros e no Distrito Federal. Os confrontos foram revidados pela polícia militar e pelo batalhão de choque com bombas de efeito moral, balas de borracha, *spray* de pimenta e bombas de gás lacrimogêneo. As pautas dos movimentos eram, como nos outros dias, amplas e difusas, e incorporavam desde tarifas mais baratas ao pedido de renúncia de autoridades.

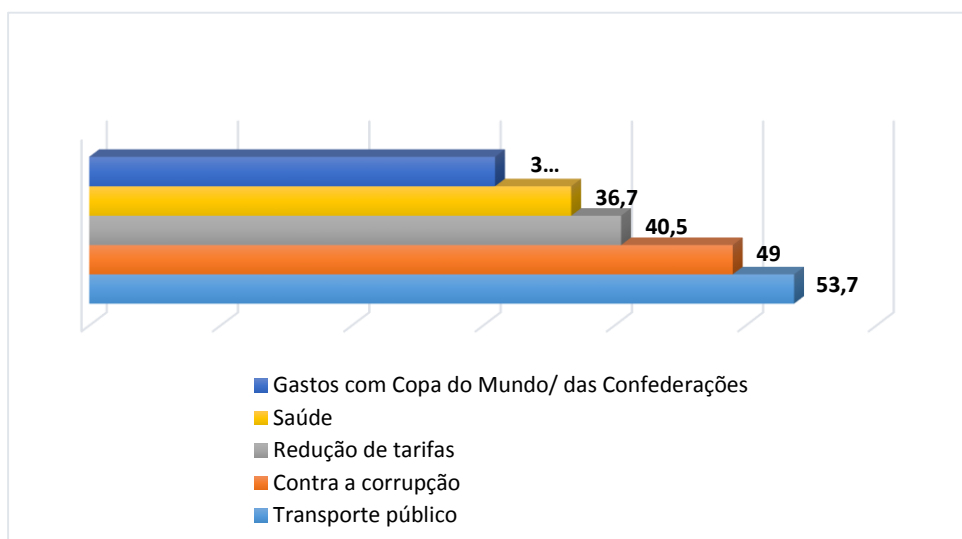
Em Brasília, a noite foi marcada pela parcial invasão e depredação de prédios públicos tombados pela Organização das Nações Unidas como patrimônios da humanidade. O Itamaraty (Ministério das Relações Exteriores) e a Catedral Metropolitana de Brasília tiveram vitrais quebrados e depredações, bem como placas e paradas de ônibus em toda a Esplanada dos Ministérios foram destruídas. Ficou para o Itamaraty, porém, a maior parte dos atos de vandalismo da noite na Capital. Os repórteres Chico de Gois e Chico Otavio (2013) do jornal O Globo assim descreveram os acontecimentos:

Em uma das mais graves demonstrações de vandalismo do dia, grupos munidos de pedras, cones de trânsito e garrafas quebraram vidros do Itamaraty, em Brasília. Logo que um rojão explodiu dentro do prédio, a PM revidou com bombas de efeito moral e de gás de pimenta, tendo usado até mesmo extintores para dispensar as pessoas que ocupavam as duas rampas de acesso ao prédio. Um dos manifestantes quebrou um refletor dentro do espelho d'água com um cone. Outro agrediu um policial com o mastro de sua bandeira. Mais uma vez, militantes de partidos políticos e organizações sindicais foram hostilizados pelos manifestantes e expulsos dos protestos. Diante do repúdio, militantes do PT, PSDB, PCdoB e outras legendas como PSTU e PSOL decidiram participar dos protestos em Brasília sem camisas, bandeiras ou qualquer outra identificação. (GOIS e OTAVIO, 2013, p.48)

Na mesma data, pesquisadores do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) entrevistaram mais de duas mil pessoas sobre as três principais razões que as levaram às ruas naquele dia. O gráfico abaixo⁸⁶ indica que mais da metade dos que responderam pedia por ajuste e melhorias nos transportes públicos, e quase metade pedia, também, o combate à corrupção.

⁸⁵ Dados retirados de levantamento feito pela EBC <http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/veja-locais-com-novos-protestos-marcados-para-esta-quinta-feira-20>

⁸⁶ Reivindicações populares segundo pesquisa Ibope sobre as principais razões que levaram pessoas às ruas. Os dados foram coletados em 20 de junho de 2013 com 2.002 mil pessoas em sete estados brasileiros e em Brasília, e divulgados em 23 de junho no programa Fantástico. A reportagem está acessível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LsIngzZS03M>

Gráfico 1 – Reivindicações Populares

Fonte: Ibope, 2013

Neste dia, em Brasília, o confronto entre policiais e manifestantes deixou 137 pessoas feridas, três delas em estado grave. Das informações da cobertura realizada pela Empresa Brasil de Comunicação nesta data, destaca-se o envolvimento do grupo Acorda Brasília!, que diz ter conseguido a adesão pelas redes sociais de mais de 55 mil pessoas para a manifestação do dia.

No dia anterior (19), a entrada de pessoas na Câmara e no Senado foi controlada para evitar possíveis tumultos dentro das casas e, antecipando-se à manifestação do dia 20, as vias de acesso ao Congresso foram bloqueadas pela segurança do Senado antes dos atos. A cobertura *in loco* das rádios da EBC trouxe, ao vivo, entrevistas com manifestantes e relatos das ações nas ruas.

No dia seguinte (21) uma pesquisa divulgada pela Confederação Nacional de Municípios (CNM) mostra que no dia 20 houve protestos em, pelo menos, 438 cidades de todos os estados brasileiros. Quase 2 milhões de brasileiros participaram das manifestações.

CAPÍTULO 6 – Análise de dados

6.1. Metodologia de análise

De modo a validar o problema de pesquisa de que a apropriação das mídias sociais pela população fez surgir uma agenda jornalística própria da EBC durante as manifestações de rua de junho de 2013, bem como responder às perguntas desta monografia, a saber:

- 1) Existe alguma relação entre mídias sociais como o *Facebook* e o jornalismo feito pela EBC durante as Jornadas de Junho? Qual o papel cultural dessas mídias sociais?
- 2) As notícias da EBC sobre os protestos tiveram o poder de demonstrar o agendamento do jornalismo a partir das redes sociais digitais e a consequente mudança cultural do jornalismo?; e
- 3) De que forma eventos no *Facebook* influenciaram o agendamento de notícias na EBC?

Este capítulo partirá:

- Da análise de pesquisa quantitativa em forma de questionário aplicado a 14 profissionais que estiveram presentes na cobertura das Jornadas. O questionário teve como objetivo observar o possível uso das mídias sociais digitais no processo de agendamento da cobertura da Empresa Brasil de Comunicação durante as Jornadas de Junho, por parte de jornalistas, fotógrafos e editores. Responderam quatro jornalistas e editores web; um editor de fotografia; oito repórteres, produtores e editores de TV, e a gerente de integração de conteúdo da EBC;
- Do destaque de pontos de interesse de duas entrevistas semiestruturadas, focalizadas e não-dirigidas. As entrevistas foram feitas com a gerente de integração de conteúdo dos portais da EBC e com um dos editores de texto da TV Brasil à época das manifestações. Em tempo, a escolha do tipo de entrevista semiestruturada deve-se à liberdade possibilitada por este modelo de não se fechar nas perguntas pré-estabelecidas e criar novas situações durante a entrevista (LAKATOS, 2006). Ela é focalizada, pois existe um tópico a ser perseguido, mas o entrevistador tem a liberdade de fazer perguntas em busca de novos esclarecimentos; e é não-dirigida, pois possibilita ao entrevistado manifestar livremente opiniões e sentimentos. Segundo Eva Maria

Lakatos (2006, p.280), a pesquisa semiestruturada é a mais utilizada por investigadores em busca de resultados qualitativos;

- Da apresentação de um quadro comparativo entre palavras-chaves dos comentários de internautas (destacadas do *Facebook* da manifestação do dia 20 de junho, em Brasília), valores notícias fundamentais (WOLF, 1999) e temáticos (JORGE, 2010), e as *hashtags* presentes nas notícias da EBC (quadro abaixo) a respeito do ato do dia 20 de junho, em Brasília⁸⁷.

Tabela 2 – Matérias do dia 20 de junho da EBC

	20 de junho em Brasília
Marcha do Vinagre	02
Movimentos Sociais	01
Manifestações	24
Protestos	22

Fonte: Autora, 2014

O método comparativo tem a finalidade de verificar semelhanças e explicar possíveis divergências a partir da explicação de fenômenos (LAKATOS, 2006, p.92). Dentre outras aplicações, a técnica é empregada em estudos qualitativos e, pela amplitude, pode ser utilizado em todas as fases de investigação, podendo, “até certo ponto, apontar vínculos causais entre fatores presentes e ausentes” (idem). Para a montagem do quadro comparativo desta monografia, utilizou-se leituras e análises de conteúdo de notícias da Agência Brasil e da página de evento do *Facebook*, bem como assimilação de conceitos de valoração noticiosa de autores da área;

- E da revisão bibliográfica de livros, revistas, *sites*, artigos, notícias e anotações pessoais feita durante todo o processo de escrita desta monografia. A revisão de bibliografias possibilitou a construção do arcabouço teórico necessário para a contextualização das análises e conclusões deste trabalho, ainda que não sejam o objeto da monografia.

⁸⁷ Do levantamento de matérias relacionadas aos protestos do dia 20 de junho em Brasília e suas consequências a partir das palavras-chaves “Marcha do Vinagre”, “Movimentos Sociais”, “Manifestações” e “Protestos”, foram encontradas 49 notícias. Foram encontradas matérias nos dias 19,20,21,26 e 29 de junho e dias 2 e 7 de julho. Este levantamento levou em consideração todas as ocorrências do tema, sem descartar a possível presença de mais de uma *hashtag* na mesma matéria computada. Por exemplo, uma mesma matéria pode ter recebido as classificações de “protesto” e também de “marcha do vinagre” e ter, assim, aparecido em ambas as somas.

6.2. Facebook vs. EBC

Neste ponto, serão apresentadas as matérias da cobertura da Agência Brasil, agência de notícias da Empresa Brasil de Comunicação. As matérias são relacionadas ao dia 20 de junho, em Brasília e foram selecionadas de dentro do primeiro recorte de notícias: das que possuíam a marcação “manifestação” em sua classificação de conteúdo. Essas classificações em *tags* foram feitas pela Empresa, a partir de critérios de avaliação noticiosos e editoriais próprios. Partir dessa classificação prévia demonstra que, de alguma maneira, essas matérias já são identificadas com relevância e importância para o tema. Essas tags servem, também, para unir no mesmo conjunto conteúdos de mesma temática e, caso um leitor queira aprofundar-se no assunto, basta clicar sobre a *tag* e ler as outras notícias relacionadas.

Foram encontradas notícias sobre as manifestações nos dias 19, 20, 21, 26 e 29 de junho e dias 2 e 7 de julho. A escolha pela tag “manifestação” deveu-se pelo fato de esta ter o maior número de matérias sobre o dia 20 de junho de 2013, em Brasília, com 24 matérias, possibilitando uma maior abrangência da cobertura das notícias. Cabe adicionar que são matérias que falam diretamente dos atos na Capital e as consequências dos atos do dia, com enfoque nas passeatas de Brasília, ainda que sejam citadas outras cidades nas matérias.

Das matérias, serão destacados o título⁸⁸, o primeiro parágrafo⁸⁹ e as tags relacionadas. Estes são pontos em que se pode observar a escolha das palavras e das primeiras ideias lançadas sobre a notícia. Depois, em comparação com as palavras-chaves da página de eventos do *Facebook* que organizou o evento do dia 20 de junho, verificar-se-á se há relações entre o que disseram os internautas na mídia social por meio de comentários e o que a EBC considera relevante como notícia.

⁸⁸ O título tem papel de chamar a atenção do leitor com o aspecto mais interessante e/ou relevante da notícia

⁸⁹ Lide, do inglês *to lead* é o primeiro parágrafo da matéria jornalística. É onde se respondem às perguntas Quem fez o quê, quando, de que maneira, onde e por quais motivos? É a peça básica do sistema orientado pela Pirâmide invertida, no qual fatos são selecionados como mais importantes que outros. (JORGE, 2010)

6.2.1. #MatériasAgênciaBrasil #Manifestações #20Jun2013

Tabela 3 – Apresentação das matérias de análise, decorrentes da cobertura do protesto de 20 de junho de 2013, pela EBC

Título da matéria	Primeiro parágrafo	Tags relacionadas	Link para acesso
Depredações no Itamaraty causaram mais de R\$ 18 mil de prejuízos	Brasília – Os prejuízos causados pelos ataques ao Palácio Itamaraty, durante protesto na Esplanada dos Ministérios há 11 dias, chegaram a R\$ 18.414,04, sem considerar as despesas com os reparos nas esquadrias, com a limpeza e segurança extras. Levantamento feito pelo Ministério das Relações Exteriores, ao qual a Agência Brasil teve acesso, mostra que os gastos referem-se apenas à reposição das vidraças destruídas. Foram repostas 65 vidraças danificadas.	Arquitetura - ataques - depredações - Esplanada dos Ministérios – gastos - Internacional - Itamaraty -manifestações - ministério - obras de arte - Oscar Niemeyer - prejuízos - protesto - relações exteriores - reposição – vidraças	http://www.ebc.com.br/noticias/internacional/2013/07/depredacoes-no-itamaraty-causaram-mais-de-r-18-mil-de-prejuizos
Vitrais depredados na Catedral de Brasília serão trocados sem custos	Brasília – Os três vitrais da Catedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida, em Brasília, danificados por vândalos nas manifestações do último dia 20, serão substituídos em até 15 dias, informou à Agência Brasil o padre George de Albuquerque Tajra, pároco do local. Segundo ele, a reposição não terá custos porque as peças ainda estão dentro da garantia.	Vitrais - vitral – vitrais quebrados - Catedral - protestos - Catedral de Brasília - concerto - depredação -instalação dos vitrais - manifestações - Nacional - origem dos vitrais - reposição - trincamento -Niemeyer	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/vitrais-depredados-na-catedral-de-brasilia-serao-trocados-sem-custo-em-ate
Itamaraty amanhece com segurança reforçada para impedir vandalismo	Brasília – O prédio principal do Ministério das Relações Exteriores amanheceu hoje (26) com a segurança reforçada por determinação do chanceler Antonio Patriota. Policiais militares farão a segurança externa do edifício, enquanto fuzileiros navais e agentes do próprio ministério atuarão na área interna. A ideia é impedir que o prédio seja alvo de ataques, como os ocorridos há menos de uma semana que causaram a destruição de vidraças e de alguns objetos, além de pichações.	Patriota - Antonio Patriota - ataques - Brasília - chanceler - destruição - fuzileiros navais - itamaraty -manifestações - ministério - Relações Exteriores - pichações - policiais militares - prédio - segurança reforçada - vandalismo - vidraças	http://www.ebc.com.br/noticias/internacional/2013/06/itamaraty-amanhece-com-seguranca-reforcada-para-impedir-vandalismo
Manifestantes voltam ao Congresso Nacional para entregar reivindicações	Brasília – Uma pauta de 13 reivindicações foi protocolada hoje (21) no Congresso Nacional por sete pessoas que participaram da manifestação de ontem (20) em frente ao Parlamento. O documento foi apresentado nos protocolos do Senado, da Câmara e da Comissão de Legislação Participativa.	Câmara - Comissão de Legislativa Participativa - Congresso Nacional - CPI - manifestações - manifestantes- Nacional - Parlamento - PEC 37 - reivindicações – Senado	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/manifestantes-voltam-ao-congresso-nacional-para-protocolar-reivindicacoes

Em Brasília, servidores se assustam com depredação de patrimônio público	Brasília - Um dia depois do protesto que reuniu cerca de 30 mil pessoas na Esplanada dos Ministérios, a depredação do prédio onde funciona o Ministério das Relações Exteriores – invadido ontem (20) por um grupo de manifestantes – assustou os servidores que chegaram para trabalhar manhã de hoje (21). Alguns moradores de Brasília estiveram no local para conferir os estragos.	Brasília - Catedral - depredação - Esplanada dos Ministérios - estragos - invasão - manifestações - Ministério das Relações Exteriores - Nacional - Palácio do Itamaraty - patrimônio público - prédios públicos - protestos – violência	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/em-brasilia-servidores-se-assustam-com-depredacao-de-patrimonio-publico
Fuzileiros navais foram acionados para reforçar segurança no Itamaraty	Durante a manifestação desta quinta-feira, houve um princípio de incêndio na parte externa do prédio e várias vidraças foram quebradas	<u>Depredação</u> - <u>itamaraty</u> - <u>Antonio Patriota</u> - <u>estragos</u> - <u>inquérito</u> - <u>manifestações</u> - <u>perícia</u> - <u>Polícia Federal</u> - <u>protestos</u> - <u>União</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/galeria/audios/2013/06/fuzileiros-navais-foram-acionados-para-reforcar-seguranca-no
Polícia Federal faz perícia no Itamaraty	Brasília - Peritos da Polícia Federal (PF) fazem análises técnicas no Palácio Itamaraty na manhã de hoje (21) para verificar danos, prejuízos e problemas causados por manifestantes que invadiram o prédio ontem (20). Eles chegaram ao local por volta das 8h. Os policiais registram imagens de detalhes do prédio, analisam os locais ocupados pelos manifestantes ontem e avaliam eventuais prejuízos.	<u>Depredação</u> - <u>itamaraty</u> - <u>Antonio Patriota</u> - <u>estragos</u> - <u>inquérito</u> - <u>manifestações</u> - <u>perícia</u> - <u>Polícia Federal</u> - <u>protestos</u> - <u>União</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/policia-federal-faz-pericia-no-itamaraty
Patriota diz que atos de vandalismo não podem se repetir	Brasília -O ministro das Relações Exteriores, Antonio Patriota, havia ido embora e retornou ao Palácio Itamaraty assim que soube do protesto no prédio, na noite de ontem (20). Manifestantes invadiram a sede do Ministério das Relações Exteriores. Houve princípio de incêndio na parte externa.	Agência Brasil - Antonio Patriota - Esplanada dos Ministérios - Incêndio - invasão - itamaraty - manifestações - Ministério das Relações Exteriores - Nacional – vandalismo	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/patriota-diz-que-atos-de-vandalismo-nao-podem-se-repetir
Brasília: manifestação termina com bombas de gás e depredações na Esplanada dos Ministérios	Brasília - A manifestação na capital federal, que reuniu, segundo a Polícia Militar (PM), cerca de 30 mil pessoas na Esplanada dos Ministérios, na área em frente ao Congresso Nacional, terminou por volta 23h30, com ação da (PM). Bombas de gás lacrimogêneo e balas de borracha foram utilizados para dispersar os manifestantes. A ação da polícia foi precedida por diversas tentativas de manifestantes de furar o bloqueio formado em frente ao Congresso.	Brasília - manifestações - Nacional - manifestação - Capital Federal - reuniu - polícia militar - PM - cerca -30 mil - pessoas - Esplanada dos Ministérios - área - em frente - Congresso Nacional - terminou - bombas -gás lacrimogêneo - balas de borracha - utilizados - dispersar - manifestantes - ação da polícia - precedida -diversas tentativas - furar o bloqueio - Congresso - ocorrências - cortes - provenientes - pedradas - pequenos ferimentos - tendas do Samu - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência - Samu - ferimentos graves - três pessoas - presas -	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/brasil-manifestacao-termina-com-bombas-de-gas-e-depredacoes-na-esplanada

		dez policiais - ficaram - feridos - polícia do Distrito Federal - passeata - organizada - redes sociais - jovens - Museu da República - protestavam - contra - proposta de emenda à Constituição -PEC 37 - contra a corrupção - saída - deputado Pastor Marco Feliciano - presidência da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados - palácio do planalto - Palácio do Itamaraty - depredação –notícias	
Confira fotos dos protestos em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro	Em Brasília, o protesto aconteceu na Esplanada dos Ministérios. No início da noite, manifestantes e policiais entraram em confronto após uma tentativa de invasão ao Palácio do Itamaraty (onde fica o Ministério das Relações Exteriores). O clima de animosidade continuou até o início da madrugada. Confira imagens do protesto em Brasília.	Protestosbr - #vemprarua - são paulo - capital paulista - manifestantes - manifestações - protestantes -protestos - rua - críticas - reivindicações - confira locais onde ocorrem protestos - saiba onde têm protestos hoje - novos protestos - cidades com protestos - Mapa - cronograma - agenda - aracaju - Sergipe -Americana - rio grande do sul - Barbacena - Belo Jardim - Pernambuco - Belo Horizonte - Barra do Bugres -mato grosso - Betim - Blumenau - Santa Catarina - Bombinhas - Brumadinho - Brasília - Campinas -Campina Grande - catalão - Cruzeiro - cuiabá - Curitiba - Dourados - Feira de Santana - Bahia - Florianópolis - Fortaleza - Ilhéus - Itajaí - Itu - Joinville - maceió - manaus - Natal - Palmas - Passo fundo -paulo afonso - Porto Velho - juazeiro - piracicaba - Presidente Prudente - Recife - Salvador - Santarém - Taubaté - Santos - exterior - Ceará - 20/06/2013 - 21 de junho - 21/06 - sexta-feira	http://www.ebc.com.br/cid-adania/2013/06/confira-fotos-dos-protestos-em-brasilia-sao-paulo-e-rio-de-janeiro
Brasileiros usam cartazes e faixas para expressar reivindicações	Brasília - Nos protestos por todo o país hoje (20), os manifestantes têm mostrado, com criatividade, em cartazes e faixas suas reivindicações plurais, insatisfações e anseios. Na capital federal, os brasilienses pediram "Reforma política Já" e respeito aos direitos dos animais. Os manifestantes também pedem paz e que a	Agência Brasil - <u>brasil</u> - <u>brasileiros nas ruas</u> - <u>cartazes</u> - <u>faixas</u> - <u>Fotos</u> - <u>manifestações</u> - <u>manifestantes</u> - <u>Nacional</u> - <u>protestos</u> - <u>bala de borracha</u> - <u>cartaz</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/brasileiros-usam-cartazes-e-faixas-para-expressar-reivindicacoes

	polícia não use balas de borracha.		
Presidenta Dilma Rousseff convoca reunião de emergência	Mais de um milhão de pessoas compareceram aos protesto de ontem (20) em todo o país. Dilma vai se reunir com o ministro da Justiça José Eduardo Cardozo para discutir as manifestações	<u>Manifestações - protestos - país - brasil - Itamaraty - tumulto - feridos - dilma rousseff - reunião - reunião com ministros</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/galeria/audios/2013/06/presidenta-dilma-rousseff-convoca-reuniao-de-emergencia
Tendas do Samu na Esplanada dos Ministérios atendem a 31 manifestantes, três em estado grave	Brasília – Duas tendas de atendimento médico montadas pelo Samu (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência) nas proximidades do Congresso Nacional atenderam a 31 pessoas que participaram da manifestação. De acordo com o Samu, a maior parte delas apresentavam problemas de mal súbito e de intoxicação por gás de pimenta ou lacrimogêneo.	<u>Brasília - feridos - manifestações - Nacional</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/tendas-do-samu-na-esplanada-dos-ministerios-atendem-a-31-manifestantes-tres
Policiais e manifestantes entram em confronto em frente ao Congresso Nacional	Policiais e manifestantes entram em confronto em frente ao Congresso Nacional em Brasília nesta quinta-feira (20)	<u>Protestos - manifestações - Brasília – Congresso Nacional</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/galeria/videos/2013/06/policiais-e-manifestantes-entram-em-confronto-em-frente-ao
Polícia usa bombas de gás para dispersar protesto no Congresso Nacional	Brasília - Um grupo de manifestantes tentou furar o bloqueio da polícia em frente ao Congresso Nacional e os policiais jogaram bombas de gás lacrimogêneo para dispersar as pessoas. Houve corre-corre no momento do tumulto. Muitas pessoas tentando fugir da fumaça do gás e com dificuldade de enxergar.	Agência Brasil - bombas - bombas de gás lacrimogêneo - gás - gás lacrimogêneo - Congresso Nacional - manifestação - Nacional - polícia militar - Renan Calheiros - tumulto - manifestações - protestos - polícia confronto - Congresso - itamaraty - fogo - depredação - artefatos - vandalismo	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/policia-usa-bombas-de-gas-para-dispersar-protesto-no-congresso-nacional
Manifestantes invadem Palácio do Itamaraty	Brasília - Um grupo de manifestantes que participam do protesto na Esplanada dos Ministérios voltou a invadir o Palácio Itamaraty. É a segunda vez que o grupo entrou no prédio. Os manifestantes quebram vidraças e colocaram fogo no interior do prédio, que é sede do Ministério das Relações Exteriores.	<u>Manifestações - Nacional - itamaraty - invasão - protestos - Brasília - fogo - depredação - quebra-quebra - polícia - MRE</u>	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/manifestantes-invadem-palacio-itamaraty-e-promovem-quebra-quebra-no-predio
Mais de 20 mil pessoas participam de protesto em Brasília	Brasília - Mais de 20 mil pessoas participam do protesto no gramado no Congresso Nacional, segundo cálculos da Polícia Militar. Um pequeno grupo de manifestantes tenta romper o cordão de isolamento da polícia, usado para impedir o acesso das pessoas ao Parlamento. O	Bandeira do brasil - camisa do Brasil - Congresso Nacional - contra gastos da Copa da Confederações - cordão de isolamento - manifestações - manifestantes - movimento - Nacional - PEC 37 - policiais	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/mais-de-20-mil-pessoas-participam-de-protesto-em-brasilia

	policiamento foi reforçado.	militares- polícia militar - protesto - protesto apartidário - Twitter - verbas para educação e saúde	
Saúde monta forte esquema de atendimento durante para manifestação de Brasília	Brasília - Um forte esquema de atendimento médico foi montado para a manifestação de hoje (20), em Brasília. São cerca de 150 profissionais que atuam no Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu), envolvendo médicos, enfermeiros, técnicos de enfermagem e condutores. Cerca de 30 ambulâncias e 16 motolanças do Samu estão em pontos estratégicos da manifestação. Também foram montados dois postos médicos, sendo um no estacionamento da Câmara e outro no Ministério da Justiça para atendimentos.	Brasileiros vão às ruas - Brasília - cavalaria - cidades - depredações - manifestações - manifestantes -Marcha do Vinagre - movimentos sociais - Nacional - passe livre - Polícia de Choque - Polícia Militar - protestos - ruas - spray de pimenta - violência	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/saude-monta-forte-esquema-de-atendimento-durante-para-manifestacao-de-hoje
Palácio do Planalto reforça segurança por causa da manifestação em frente ao Congresso	Brasília - A segurança do Palácio do Planalto foi reforçada há pouco. Parte dos manifestantes que estão concentrados em frente ao Congresso Nacional se deslocou em direção ao Ministério da Justiça que fica a poucos metros da sede do Executivo federal.	Brasília - manifestações - Nacional - palácio do planalto - protestos - manifestantes - Movimento Passe Livre- são paulo - rio de janeiro - Belo Horizonte - Copa do Mundo 2014 - Copa das Confederações - transporte -tarifa de transporte - aumento de tarifa - 17 de junho 2013 - 17/06/2013 - Mineirão - Congresso Nacional -Alerj - Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro - Palácio dos Bandeirantes - aumento do preço das passagens - aumento do preço - preço das passagens - preço do metrô - preço do ônibus - tarifa do metrô -tarifa do ônibus - seu bolso - preços mais altos - passagens caras - não é só por 20 centavos - #protestosp- #vemprarua - #obrasilacordou - Marcha do Vinagre - contra a pec 37 - PEC 37 - miistério público -#changebrazil - onu - direitos humanos - balas de borracha - polícia militar - bombas de efeito moral - gás lacrimogêneo	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/palacio-do-planalto-reforca-seguranca-por-causa-da-manifestacao-em-frente-ao
Alunos da UnB se mobilizam para protesto no Congresso Nacional	Brasília - Em mais um dia de protesto, marcado para ocorrer no fim da tarde de hoje (20), na Esplanada dos Ministérios, alunos de diversos cursos da Universidade de Brasília (UnB) se mobilizam para ir às ruas defendendo diversas bandeiras. Com uma pauta ampla, que inclui melhoria nos transportes,	Agência Brasil - ato - ato no Congresso Nacional - bandeiras - campanhas - defesa dos direitos das minorias - demandas - democratização dos meios de comunicação - Educação - estudantes da Universidade de	http://www.ebc.com.br/educacao/2013/06/alunos-da-unb-se-mobilizam-para-protesto-no-congresso-nacional

	defesa dos direitos das minorias e transparência nos gastos públicos, os estudantes pedem, sobretudo, o direito de reivindicar.	Brasília - insatisfações - jovens - juventude - liberdade de expressão - manifestações - melhoria do transporte - mobilização - Nacional - protestos na Esplanada dos Ministérios - reivindicações -Saúde - transparência nos gastos públicos - unb – visibilidade	
Pelo menos seis capitais têm manifestações marcadas para hoje	Brasília - Além das manifestações marcadas para o final da tarde de hoje (20) em Brasília, que deve reunir cerca de 55 mil pessoas, segundo adesão confirmada pelas redes sociais, uma série de protestos deve ocorrer também em outras cidades brasileiras, especialmente nas capitais. Estima-se que entre 80 e 100 municípios tenham algum tipo de manifestação marcada para hoje	Manifestações pelo brasil - 20/06 - 20 de junho - passe livre - Brasília - Copa - gastos públicos - manaus -manifestações - marcha - Nacional - protestos - Recife - redução de tarifas - reivindicações - rio de janeiro -são paulo - manifestantes - Movimento Passe Livre - Belo Horizonte - Copa do Mundo 2014 - Copa das Confederações - transporte - tarifa de transporte - aumento de tarifa - 17 de junho 2013 - 17/06/2013 -Mineirão - Congresso Nacional - Alerj - Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro - Palácio dos Bandeirantes- aumento do preço das passagens - aumento do preço - preço das passagens - preço do metrô - preço do ônibus - tarifa do metrô - tarifa do ônibus - seu bolso - preços mais altos - passagens caras - não é só por 20 centavos - #protestosp - #vemprarua - #obrasilacordou - marcha do vinagre - contra a pec 37 - PEC 37 -miistério público - #changebrazil - onu - direitos humanos - balas de borracha - polícia militar - bombas de efeito moral - gás lacrimogêneo	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/pelo-menos-seis-capitais-tem-manifestacoes-marcadas-para-hoje
CPI da Copa, PEC 37 e melhorias em serviços públicos são bandeiras de manifestações marcadas para	Brasília – Mais uma manifestação está marcada para hoje (20), em Brasília, em meio à série de protestos que vêm ocorrendo em várias cidades do país. O destino final da mobilização é o gramado do Congresso Nacional. Os manifestantes devem se concentrar em três pontos da cidade: na Universidade de Brasília (UnB), a partir das 12h; no Museu Nacional da República, a partir das 16h; e na Rodoviária do Plano Piloto, a partir das 17h.	Acorda Brasília - Agência Brasil - Brasília - cidades - Congresso Nacional - Copa de 2014 - Copa para Quem? - CPI da Copa - facebook - Francisco Carneiro - manifestações - Nacional - PEC 37 - protestos -redes sociais - Renato Luís - tarifa zero - transporte público - violações de direitos humanos	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/cpi-da-copa-pec-37-e-melhorias-em-servicos-publicos-sao-bandeiras-de

hoje em Brasília			
Por causa de manifestações, segurança do Congresso bloqueia áreas de estacionamento	Brasília – As vias de acesso ao Congresso Nacional onde, diariamente, os funcionários estacionam os carros, amanheceram impedidas por cones. O objetivo é evitar que os veículos fiquem parados no local, ao longo do dia em que a Esplanada dos Ministérios volta a receber manifestantes. Hoje (20) está previsto o terceiro grande protesto no centro da capital.	Atos de vandalismo - bloqueio - Brasília - Congresso Nacional - Esplanada dos Ministérios - estacionamento- funcionários - manifestações - manifestantes - medida preventiva - Nacional - patrimônio - polícia do senado - protestos - segurança - veículos	http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/por-causa-de-manifestacoes-seguranca-do-congresso-bloqueia-areas-de
Confira o mapa dos protestos marcados para esta quinta-feira (20)	A quinta-feira (20) será de mais manifestações em todo o Brasil e também em cidades de outros países. Pelas redes sociais, a data está sendo considerada como uma das mais importantes em termos de adesão popular. O Portal EBC levantou protestos em 126 cidades para o dia.	Protestosbr - #vemprarua - são paulo - capital paulista - manifestantes - manifestações - protestantes -protestos - rua - críticas - reivindicações - confira locais onde ocorrem protestos - saiba onde têm protestos hoje - novos protestos - cidades com protestos - Mapa - cronograma - agenda - Aracaju - Sergipe -americana - rio grande do sul - Barbacena - Belo Jardim - Pernambuco - Belo Horizonte - Barra do Bugres -mato grosso - Betim - Blumenau - Santa Catarina - Bombinhas - Brumadinho - Brasília - Campinas -Campina Grande - catalão - Cruzeiro - Cuiabá - Curitiba - Dourados - Feira de Santana - Bahia - Florianópolis - Fortaleza - Ilhéus - Itajaí - Itu - Joinville - maceió - manaus - Natal - Palmas - passo fundo -paulo afonso - Porto Velho - juazeiro - piracicaba - Presidente Prudente - Recife - Salvador - Santarém - Taubaté - Santos - exterior - Ceará - 20/06/2013 - 20 de junho - 20/06 - quinta-feira	http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/veja-locais-com-novos-protestos-marcados-para-esta-quinta-feira-20

Fonte: Autora, 2014

6.3. Página de eventos do *Facebook*

A partir da leitura das descrições, de comentários e de enquetes presentes na página de eventos *Quinta-feira será maior!*, do *Facebook*, que ajudou os protestos do dia 20 de junho, em Brasília, a se coordenarem serão destacadas 24 palavras-chaves. Devido à extensa quantidade de informação (este evento, salvo em formato PDF no computador, possui 423 páginas de visualização; e por ser uma página aberta, pode, até hoje, receber comentários e contribuições de qualquer pessoa, ampliando este conteúdo), essas expressões serão escolhidas a partir de uma percepção subjetiva, tendo em mente o potencial que possuem de virar notícia (mais sobre valores-notícias essenciais e temáticos no Capítulo 6.2.3.) e que tenham sido escritas até o momento da manifestação. As palavras serão utilizadas posteriormente, durante comparação com as notícias da Agência Brasil sobre o mesmo dia de protestos.

A página chegou a ter 13,4 mil perfis de confirmação para o evento e informações de matérias a respeito da manifestação em questão indicam cerca de 20 mil participantes nas ruas. Nesse âmbito, cabe lembrar que segundo pesquisa realizada pelo Observatório da imprensa (Capítulo 4.2.1. A nova praça pública) o *Facebook* se destaca nos hábitos de uso de redes digitais dos brasileiros. Quando questionados sobre os *sites* que mais utilizam para se informar, os entrevistados apontaram as redes sociais (32,1%) e, dentre as opções de redes, o *Facebook*, como local de maior acesso para busca de informação, com 30,8%. Essa informação nos posiciona criticamente para notar que, possivelmente, foi pelo *Facebook* que a maior parte dos internautas soube das manifestações de 20 de junho de 2013, em Brasília.

6.3.1. Quinta-feira será maior! – Brasília



Figura 3: Página de eventos *Quinta-feira será maior!*⁹⁰. Fonte: Facebook, 2013

Abaixo, as 24 palavras-chave destacadas da página *Quinta-feira será maior!*.

⁹⁰ Acessível no link <https://www.facebook.com/events/141852469345427/?ref=3>

Elas foram destacadas a partir da descrição da página do evento, escrita pelo criador do evento, em que o conteúdo foi discutido pelo público que acessou a página, pois citava pontos que poderiam ser adotados como bandeira do movimento; e também da primeira enquete⁹¹ que aparece na página e a respectiva discussão que girou em torno dela; e dos diversos comentários da página, lidos aleatoriamente ao decorrer dela.

Tabela 4 – Palavras-chave da página de eventos Quinta-feira será maior!

DESCRIÇÃO DA PÁGINA	PRIMEIRA ENQUETE	OUTROS COMENTÁRIOS	OUTROS COMENTÁRIOS	OUTROS COMENTÁRIOS	OUTROS COMENTÁRIOS
Aumento das passagens	Punição contra corrupção	PEC 37	Renúncia Renan Calheiros	PEC 33	Não é por 20 centavos
Copa do Mundo	Reforma política	Cura Gay	Transporte 24 horas	Movimento Passe Livre	Vem pra rua
Contra partidos políticos	Sem bandeiras políticas	Fim do voto secreto	Condenados do Mensalão	Copa das Confederações	Vinagre
Transporte público	Apartidarismo	O gigante acordou	Nova licitação do transporte DF	Sem Violência	Tarifa zero

Fonte: Autora, 2014

6.3.2. Valoração noticiosa

É possível argumentar que qualquer fato tem o potencial de virar notícia, pois a depender do veículo onde é publicada e que público a lê, fatos corriqueiros podem ser de grande interesse, em detrimento de informações e números da economia. Observar a primeira página de um jornal, o primeiro parágrafo de uma matéria ou mesmo o título das notícias é observar que tipo de parâmetros aquele veículo tem como importante e relevante. São os chamados *valores-notícia* e são o que delimitam o que vira e o que não vira notícia.

Thaís Jorge (2010) destaca que o jornalismo, em última instância, deve questionar o que realmente interessa o leitor. Sendo que interesse, afirma a autora, é aquilo “que aguça a inteligência do receptor, instiga a curiosidade dele, provoca-lhe emoções e estimula-o a pensar” (p.27).

O fato vira notícia quando é publicado, mas a distinção entre interesse do leitor e importância jornalística nem sempre é clara. Muitas vezes o jornalista faz a avaliação recorrendo internamente às respostas das questões: “Por que é relevante? e Qual o

⁹¹ Enquetes do *Facebook* são ferramentas da mídia social que possibilitam que o usuário faça perguntas com opções a respeito de temas e receba respostas dos usuários daquele grupo a partir de votações abertas.

interesse para o leitor?”, e, outras vezes o que é relevante já vem escolhido pelos editores. Há, no entanto, valores considerados universais: os valores-notícia.

A ligação com o tempo, com o novo, é o valor-notícia que prevalece sobre todos os demais. É novidade que faz o lide (primeiro parágrafo da matéria). É em cima desse caráter de novidade que o repórter trabalha para construir o texto informativo. Tais valores-notícia atingem o público pelas emoções. Muitos deles juntos significam interesse maior (JORGE, 2010). É possível distinguir os valores noticiosos em duas categorias: os valores fundamentais e os valores temáticos. Os primeiros seriam aqueles sem os quais a profissão não vive e os outros mostram uma relação de assuntos que classificam o tema da notícia.

Nesse sentido, Wolf (1999) define os valores-notícia como critérios de noticiabilidade e aponta como essenciais para a criação de uma notícia: o impacto – acontecimentos com potencial para transformar a nação; a relevância – que gera consequências; e a notoriedade dos fatos – número de pessoas envolvidas (o assunto já foi discutido no Capítulo 5.3.1. Brasília, 20 de Junho de 2013). Thaís Jorge (2010), nos indica, de outro modo, a valoração noticiosa temática que será utilizada como parâmetro para esta monografia. Ambas as classificações servirão de parâmetro qualitativo das matérias da EBC analisadas. Segue abaixo a lista de valores-notícia temáticos que a autora apresenta no Manual do Foca (2010, pp. 30,31 e 32):

Tabela 5 – Valores-notícia temáticos

Poder	Disputa, guerra, paz, organizações comunitárias, sindicatos e associações, ONGs, igrejas, elites, governos, administrações, eleições, países, leis...
Dinheiro	Luxo, economia, riqueza do local, movimentos de capital, bens e mercadorias, impostos, finanças públicas, benefícios financeiros para o cidadão...
Morte	Tragédias naturais e humanas, catástrofes, assassinatos, drogas, crimes, acidentes, violência, disputas, guerras, agressão, ameaça, segurança...
Mistério	O desconhecido, o inexplicado, o fantástico, novas descobertas...
Sexo	Relações humanas, opções sexuais, casamento, filhos, exploração sexual...
Lazer	Diversão, esportes, campeonatos, vida e prazer, viagens, passeios...
Saúde	Medicina, dietas, remédios, boa forma física e mental, vacinação e prevenção, higiene, cuidados sanitários, qualidade de vida...
Trabalho	Mercado, economia formal e informal, bolsa de emprego, desemprego, estágio...
Religião	Seitas e organizações religiosas, festas e datas sagradas, cultos e ritos, mitos, santos, credos, crenças...
Meio-ambiente	Recursos naturais, conservação da natureza, parques e jardins, programas de preservação, urbanização...
Amor	Romance, solidariedade, fraternidade, amizade, união...

Confidências	Intrigas, vida pessoal, intimidades, denúncia...
Ciência	Pesquisas, descobertas, conquistas, inovações, novas tecnologias...
Educação	Ensino, escola, cursos, cultura, métodos educacionais....
Arte	Cultura, elegância, beleza, monumentos, decoração, espetáculos, museus, festivais, preservação do patrimônio histórico e cultural...
Moda	Indústria do vestuário, desfiles, vitrines e butiques, alta-costura, modelos, tecidos, confecções...
Contraste	Amor/ódio, morte/vida, crença/descrença, rico/pobre, feio/bonito, pequeno/grande, novo/antigo, alegria/tristeza...

Fonte: JORGE, Thaís. *Manual do Foca*, pp. 31 e 32.

6.3.3. Página de eventos do *Facebook* X Cobertura da EBC

Foram apresentadas neste capítulo matérias do dia 20 de junho e as palavras-chaves a que serão comparadas, de modo a observar indícios de que a apropriação das mídias sociais pela população fez surgir uma agenda jornalística própria na EBC durante Jornadas. O método comparativo tem o objetivo de verificar possíveis semelhanças e explicar possíveis divergências entre as situações, ainda que distintas.

A presença da classificação com valores-notícias servirá como parâmetro qualitativo e valorará a matéria e não as palavras-chave das páginas de evento do *Facebook*. Na primeira coluna será apresentada o título da notícia; na segunda, as *tags* temáticas destacadas pela própria EBC nas matérias. Isto representa a visão institucional, o que a Empresa avalia como importante nas próprias produções e que valem o esforço de ser encontradas posteriormente em um mesmo grupo de palavras.

Em seguida, na terceira coluna, apresenta-se a possível relação das 24 palavras-chaves dos comentários do *Facebook* com as notícias. É uma relação temática, em que a palavra-chave não precisa estar presente exatamente como foi escrita na matéria. É o caso da palavra-chave “Sem violência” que estará marcada nas notícias que falam de vandalismo e depredações. As palavras-chaves da página de eventos na mídia social representam o que, teoricamente, o cidadão acha que é importante e que deve ser discutido em sociedade. Saber disso é importante para, em seguida, observarmos se a EBC também considerou aquela informação relevante o suficiente para se tornar notícia. Lembre-se, é papel profissional do jornalista selecionar das informações sociais, o que pode ou não ser de interesse amplo. Apenas serão colocados os sintagmas nessa coluna caso a relação entre a matéria e a palavra for evidente, deixando o mínimo de dúvidas entre ambas.

A classificação com valores-notícia é a opinião da autora desta monografia para

analisar a qualidade e peso das notícias em favor da presença das palavras-chaves do *Facebook*. Ou seja, como, a partir da ligação entre palavras de comentários e tags de notícias, a matéria possui alto valor noticioso que indique a necessidade de debate deste tema em meio ao público. Saber disso pode nos dar indicações de agendamento em outras fases da notícia, pois, quanto maior a presença desses valores-notícia, maior o interesse deles em meio ao público. Novamente: muitos valores-notícias juntos significam maior interesse (JORGE, 2010) e, em consequência, maior a possibilidade de entrarem na agenda de discussão social.

E ainda, deve-se ter em mente as dúvidas deste trabalho para que se comece a traçar respostas a elas. Esta monografia procura saber sobre a existência de alguma relação entre os comentários dos cidadãos no *Facebook* (utilizado para organização das Jornadas) e as notícias feitas pela EBC durante os protestos. Isso, no que tange ao possível agendamento do conteúdo da mídia no conteúdo jornalístico da empresa.

São os jornalistas que exercem o julgamento e filtragem dos fatos, apenas eles podem, ao final, seleccionar (*gatekeeper/gatewatcher*) e estabelecer critérios de relevância do material, “apontando as mensagens que valem a pena ser transportadas à atenção do leitor” (JORGE, 2010, p.29)

As notícias da EBC sobre os protestos têm o poder de demonstrar efetivamente o agendamento do jornalismo a partir das redes sociais digitais e a consequente mudança cultural do jornalismo, no que diz respeito à maneira como os jornalistas ficam sabendo das pautas em época de *internet*?

Em tempo, cabe a observação de McCombs no artigo *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*:

To summarize the extent of this influence – and to facilitate comparisons from one research setting to another – social scientists frequently calculate the correlation between the ranking of issues on the media agenda and the ranking accorded those same issues on the subsequent public agenda. This quantitative measure provides a substantial degree of precision for our comparisons, much as a thermometer’s precise numbers are better than simply saying it seems cooler today than it was yesterday. The vast majority of comparisons between how issues are ranked on the media agenda and how the public ranks the importance of these same issues yield correlations of +.50 or better.³ That reflects a substantial degree of influence (McCombs, 2002)

Inspirada na indicação de McCombs a respeito do agendamento, compara-se:

Tabela 6 – Comparação entre tagueamento noticioso, palavras-chave e valores-notícia

A NOTÍCIA...	...QUE TEM ESTAS TAGS DESTACADAS PELA PRÓPRIA EMPRESA...	...APRESENTA ESTA TEMÁTICA QUE APARECE EM COMENTÁRIOS DOS CIDADÃOS NO FACEBOOK...	...E POSSUI COMO VALOR-NOTÍCIA ESSENCIAL E TEMÁTICA:
Depredações no Itamaraty causaram mais de R\$ 18 mil de prejuízos	Arquitetura - ataques - depredações – Esplanada dos Ministérios - gastos - Internacional - Itamaraty -manifestações - ministério - obras de arte - Oscar Niemeyer - prejuízos - protesto - relações exteriores -reposição – vidraças	Sem violência	Novidade, Poder, Morte, Arte, Dinheiro, Trabalho, Morte
Vitrais depredados na Catedral de Brasília serão trocados sem custos	Vitrais - vitral – vitrais quebrados - Catedral - protestos - Catedral de Brasília - conserto - depredação -instalação dos vitrais - manifestações - Nacional - origem dos vitrais - reposição - trincamento - vitrais –Niemeyer	Sem violência	Novidade Poder, Dinheiro, Morte, Contraste
Itamaraty amanhece com segurança reforçada para impedir vandalismo	Patriota - Antonio Patriota - ataques - Brasília - chanceler - destruição - fuzileiros navais - itamaraty -manifestações - ministério - Relações Exteriores - pichações - policiais militares - prédio - segurança reforçada - vandalismo - vidraças	Sem violência	Novidade Poder, Morte,
Manifestantes voltam ao Congresso Nacional para entregar reivindicações	Câmara - Comissão de Legislativa Participativa - Congresso Nacional - CPI - manifestações - manifestantes- Nacional - Parlamento - PEC 37 - reivindicações – Senado	PEC 37	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Confidências
Em Brasília, servidores se assustam com depredação de patrimônio público	Brasília - Catedral - depredação - Esplanada dos Ministérios - estragos - invasão - manifestações -Ministério das Relações Exteriores - Nacional - Palácio do Itamaraty - patrimônio público - prédios públicos -protestos – violência	Sem violência	Novidade Poder, Dinheiro, Morte, Contraste
Fuzileiros navais foram acionados para reforçar segurança no Itamaraty	Depredação - itamaraty - Antonio Patriota - estragos - inquérito - manifestações - perícia - Polícia Federal -protestos - União	Sem violência	Novidade, Impacto Poder, Dinheiro, Morte, Contraste
Polícia Federal faz perícia no Itamaraty	Depredação - itamaraty - Antonio Patriota - estragos - inquérito - manifestações - perícia - Polícia Federal -protestos - União	Sem violência	Novidade Poder, Dinheiro, Morte
Patriota diz que atos de vandalismo não podem se repetir	Agência Brasil - Antonio Patriota - Esplanada dos Ministérios - Incêndio - invasão - itamaraty -manifestações - Ministério das Relações Exteriores - Nacional - vandalismo	Sem violência	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Morte, Confidências

Brasília: manifestação termina com bombas de gás e depredações na Esplanada dos Ministérios	Brasília - manifestações - Nacional - manifestação - Capital Federal - reuniu - polícia militar - PM - cerca -30 mil - pessoas - Esplanada dos Ministérios - área - em frente - Congresso Nacional - terminou - bombas -gás lacrimogêneo - balas de borracha - utilizados - dispersar - manifestantes - ação da polícia - precedida -diversas tentativas - furar o bloqueio - Congresso - ocorrências - cortes - provenientes - pedradas - pequenos ferimentos - tendas do Samu - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência - Samu - ferimentos graves - três pessoas - presas - dez policiais - ficaram - feridos - polícia do Distrito Federal - passeata - organizada -redes sociais - jovens - Museu da República - protestavam - contra - proposta de emenda à Constituição -PEC 37 - contra a corrupção - saída - deputado Pastor Marco Feliciano - presidência da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados - palácio do planalto - Palácio do Itamaraty - depredação -notícias	Sem violência PEC 37 Punição contra corrupção Cura Gay	Novidade, Impacto Poder, Dinheiro, Morte, Saúde, Confidências, Contraste, Arte, Ciência
Confira fotos dos protestos em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro	Protestosbr - #vempraru - são paulo - capital paulista - manifestantes - manifestações - protestantes -protestos - rua - críticas - reivindicações - confira locais onde ocorrem protestos - saiba onde têm protestos hoje - novos protestos - cidades com protestos - Mapa - cronograma - agenda - aracaju - Sergipe - Americana - rio grande do sul - Barbacena - Belo Jardim - Pernambuco - Belo Horizonte - Barra do Bugres -mato grosso - Betim - Blumenau - Santa Catarina - Bombinhas - Brumadinho - Brasília - Campinas -Campina Grande - catalão - Cruzeiro - cuiabá - Curitiba - Dourados - Feira de Santana - Bahia -Florianópolis - Fortaleza - Ilhéus - Itajaí - Itu - Joinville - maceió - manaus - Natal - Palmas - Passo fundo -paulo afonso - Porto Velho - juazeiro - piracicaba - Presidente Prudente - Recife - Salvador - Santarém - Taubaté - Santos - exterior - Ceará - 20/06/2013 - 21 de junho - 21/06 - sexta-feira	Vem pra rua	Poder, Ciência
Brasileiros usam cartazes e faixas para expressar reivindicações	Agência Brasil - brasil - brasileiros nas ruas - cartazes - faixas - Fotos - manifestações - manifestantes -Nacional - protestos - bala de borracha – cartaz	Vem pra rua	Notoriedade Poder, Confidências
Presidenta Dilma Rousseff convoca reunião de emergência	Manifestações - protestos - país - brasil - Itamaraty - tumulto - feridos - dilma rousseff - reunião - reunião com ministros	Sem violência	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Confidências
Tendas do Samu na Esplanada dos	Brasília - feridos - manifestações - Nacional	Sem violência	Novidade, Notoriedade

Ministérios atendem a 31 manifestantes, três em estado grave			Poder, Saúde
Policiais e manifestantes entram em confronto em frente ao Congresso Nacional	Protestos - manifestações - Brasília - Congresso Nacional	Sem violência	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Morte
Polícia usa bombas de gás para dispersar protesto no Congresso Nacional	Agência Brasil - bombas - bombas de gás lacrimogêneo - gás - gás lacrimogêneo - Congresso Nacional -manifestação - Nacional - polícia militar - Renan Calheiros - tumulto - manifestações - protestos - polícia -confronto - Congresso - itamaraty - fogo - depredação - artefatos – vandalismo	Sem violência, Renúncia Renan Calheiros	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Morte
Manifestantes invadem Palácio do Itamaraty	Manifestações - Nacional - itamaraty - invasão - protestos - Brasília - fogo - depredação - quebra-quebra -polícia - MRE	Sem violência	Novidade, Impacto Poder, Morte,
Mais de 20 mil pessoas participam de protesto em Brasília	Bandeira do brasil - camisa do Brasil - Congresso Nacional - contra gastos da Copa da Confederações -cordão de isolamento - manifestações - manifestantes - movimento - Nacional - PEC 37 - policiais militares- polícia militar - protesto - protesto apartidário - Twitter - verbas para educação e saúde	PEC 37	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Confidências, Ciência, Saúde
Saúde monta forte esquema de atendimento para manifestação de Brasília	Brasileiros vão às ruas - Brasília - cavalaria - cidades - depredações - manifestações - manifestantes -Marcha do Vinagre - movimentos sociais - Nacional - passe livre - Polícia de Choque - Polícia Militar - protestos - ruas - spray de pimenta - violência	Tarifa Zero, Sem violência	Novidade Poder, Saúde, Confidências, Morte
Palácio do Planalto reforça segurança por causa da manifestação em frente ao Congresso	Brasília - manifestações - Nacional - palácio do planalto - protestos - manifestantes - Movimento Passe Livre- são paulo - rio de janeiro - Belo Horizonte - Copa do Mundo 2014 - Copa das Confederações - transporte -tarifa de transporte - aumento de tarifa - 17 de junho 2013 - 17/06/2013 - Mineirão - Congresso Nacional -Alerj - Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro - Palácio dos Bandeirantes - aumento do preço das passagens - aumento do preço - preço das passagens - preço do metrô - preço do ônibus - tarifa do metrô -tarifa do ônibus - seu bolso - preços mais altos - passagens caras - não é por 20 centavos - #protestosp- #vemprarua - #obrasilacordou - Marcha do Vinagre - contra a pec 37 - miistério público -#changebrazil - onu - direitos humanos - balas de borracha - polícia militar - bombas de efeito moral - gás lacrimogêneo	Movimento Passe Livre, Transporte público, Copa das Confederações, Não é só por 20 centavos, Vem pra rua, o gigante acordou, vinagre, PEC 37, Sem violência	Novidade, Impacto Poder, Morte, Confidências, Saúde, Educação, Trabalho

Alunos da UnB se mobilizam para protesto no Congresso Nacional	Agência Brasil - ato - ato no Congresso Nacional - bandeiras - campanhas - defesa dos direitos das minorias - demandas - democratização dos meios de comunicação - Educação - estudantes da Universidade de Brasília - insatisfações - jovens - juventude - liberdade de expressão - manifestações - melhoria do transporte - mobilização - Nacional - protestos na Esplanada dos Ministérios - reivindicações - Saúde - transparência nos gastos públicos - unb – visibilidade	Transporte público	Novidade, Notoriedade Poder, Educação Contraste, Saúde Dinheiro
Pelo menos seis capitais têm manifestações marcadas para hoje	Manifestações pelo brasil - 20/06 - 20 de junho - passe livre - Brasília - Copa - gastos públicos - manaus - manifestações - marcha - Nacional - protestos - Recife - redução de tarifas - reivindicações - rio de janeiro - são paulo - manifestantes - Movimento Passe Livre - Belo Horizonte - Copa do Mundo 2014 - Copa das Confederações - transporte - tarifa de transporte - aumento de tarifa - 17 de junho 2013 - 17/06/2013 - Mineirão - Congresso Nacional - Alerj - Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro - Palácio dos Bandeirantes - aumento do preço das passagens - aumento do preço - preço das passagens - preço do metrô - preço do ônibus - tarifa do metrô - tarifa do ônibus - seu bolso - preços mais altos - passagens caras - não é só por 20 centavos - #protestosp - #vempraru - #obrasilacordou - marcha do vinagre - contra a pec 37 - PEC 37 - ministério público - #changebrazil - onu - direitos humanos - balas de borracha - polícia militar - bombas de efeito moral - gás lacrimogêneo	Sem violência, Movimento Passe Livre, Copa das Confederações, Transporte Público, Não é por 20 centavos, Vem pra rua, Vinagre	Novidade, Impacto Notoriedade Poder, Dinheiro Trabalho, Lazer Contraste, Ciência
CPI da Copa, PEC 37 e melhorias em serviços públicos são bandeiras de manifestações marcadas para hoje em Brasília	Acorda Brasília - Agência Brasil - Brasília - cidades - Congresso Nacional - Copa de 2014 - Copa para Quem? - CPI da Copa - facebook - Francisco Carneiro - manifestações - Nacional - PEC 37 - protestos - redes sociais - Renato Luís - tarifa zero - transporte público - violações de direitos humanos	O gigante acordou, Copa do Mundo, Copa das Confederações, PEC 37, Transporte público	Impacto, Notoriedade Poder, Lazer Dinheiro, Ciência
Por causa de manifestações, segurança do Congresso bloqueia áreas de estacionamento	Atos de vandalismo - bloqueio - Brasília - Congresso Nacional - Esplanada dos Ministérios - estacionamento - funcionários - manifestações - manifestantes - medida preventiva - Nacional - patrimônio - polícia do senado - protestos - segurança - veículos	Sem violência	Novidade, Impacto Poder, Morte Contraste
Confira o mapa dos protestos marcados	Protestosbr - #vempraru - são paulo - capital paulista - manifestantes - manifestações - protestantes - protestos - rua -	Vem pra rua	Impacto, Notoriedade Poder

para esta quinta-feira (20)	críticas - reivindicações - confira locais onde ocorrem protestos - saiba onde têm protestos hoje - novos protestos - cidades com protestos - Mapa - cronograma - agenda - Aracaju - Sergipe - americana - rio grande do sul - Barbacena - Belo Jardim - Pernambuco - Belo Horizonte - Barra do Bugres -mato grosso - Betim - Blumenau - Santa Catarina - Bombinhas - Brumadinho - Brasília - Campinas -Campina Grande - catalão - Cruzeiro - Cuiabá - Curitiba - Dourados - Feira de Santana - Bahia Florianópolis - Fortaleza - Ilhéus - Itajaí - Itu - Joinville - maceió - manaus - Natal - Palmas - passo fundo -paulo afonso - Porto Velho - juazeiro - piracicaba - Presidente Prudente - Recife - Salvador - Santarém - Taubaté - Santos - exterior - Ceará - 20/06/2013 - 20 de junho - 20/06 - quinta-feira		
--------------------------------	---	--	--

Fonte: Autora, 2014

A partir de uma análise comparativa inicial, observam-se alguns aspectos: nem todas as palavras-chave foram utilizadas (14 das 24), mas todas as matérias receberam, pelo menos, uma marcação neste quesito. A palavra-chave (que representa a opinião do internauta na página do *Facebook*) que mais foi utilizada como temática foi a “sem violência”, presente em 17 das 24 notícias (70,8%). Deste dado, pode-se inferir que pela própria característica do protesto do dia 20, com a depredação da Catedral Metropolitana e do Palácio do Itamaraty, a cobertura da EBC neste dia teve como enfoque o aspecto factual da cobertura.

Os comentários dos internautas na página do *Facebook* pediam uma manifestação pacífica e sem violência, mas com a invasão do Itamaraty e a depredação deixada por manifestantes em toda a extensão da Esplanada dos Ministérios fez com que a temática, embora presente, tenha se reformulado no momento da notícia. O jornalista avaliou que o fogo no prédio e o confronto com o policiamento teria mais relevância em detrimento de outras informações em relação à manifestação. Isso, caso levamos em consideração que possa ter existido um maior peso para as informações factuais da cobertura da manifestação, em detrimento do aprofundamento da questão pela instituição.

Tabela 7 – Palavras-chave utilizadas na classificação de matérias da EBC a respeito das manifestações de rua do dia 20 de Junho, em Brasília. Os números referenciam a quantidade de vezes que as palavras apareceram nas 24 notícias observadas

Sem violência	17	Vinagre	2	Copa do mundo	1
PEC 37	5	O gigante acordou	2	Tarifa zero	1
Vem pra rua	5	Movimento Passe Livre	2	Punição contra corrupção	1
Transporte público	4	Não é só por 20 centavos	2	Renúncia Renan Calheiros	1
Copa das Confederações	3	Cura Gay	1		

Fonte: Autora, 2014

Em seguida, com cinco marcações, aparece a PEC 37. Nas entrevistas feitas com Jonas Valente e Lídia Neves, este foi um dos temas mais citados e importantes nas coberturas da EBC. Como afirma Lídia, o assunto foi retirado diretamente dos comentários dos usuários das redes digitais e tornada notícia.

A gente tem que ficar atento pra observar o que que a sociedade ainda não tem de informação, pra levar essa informação. Por exemplo, durante a época dos protestos, tava todo mundo falando contra a PEC 37 e a gente xeretando viu que ninguém sabia o que que era a PEC 37. Em que lugar que tá explicando? Tá todo mundo falando dessa PEC 37, mas ninguém nunca explica o que que é essa PEC 37. Ai a gente fez uma nota explicando o que

que era a PEC 37. No ano passado inteiro, ela teve de audiência um milhão e setecentas mil visualizações. Foi a página mais acessada do Portal EBC ano passado. Então, é um momento em que a gente fez alguma coisa que ninguém tava fazendo e que foi importante pras pessoas poderem se posicionar. Se os protestos eram contra a PEC 37, pelo menos a gente tava informando o motivo pelo que as pessoas estavam protestando ou deixando de protestar (sic) (NEVES, 2014).

A ligação, aqui, entre os comentários dos internautas com a agenda de pautas de notícias da EBC torna-se clara. A discussão a respeito da PEC 37 não surgiu na página analisada nesta monografia, nem nas páginas de eventos anteriores, veio de discussões pré-existentes dentro de grupos que discutiam política e se preocupavam com as consequências de sua votação. No entanto, foi observando os comentários dos internautas em páginas como a analisada aqui que jornalistas e profissionais da Empresa Brasil de Comunicação souberam os primeiros indícios de pautas que seriam noticiadas além dos factuais de cobertura do evento na rua – como revelam as entrevistas com os profissionais da empresa.

Foi através das redes sociais digitais, que se destacaram temas para discussões como o transporte público (4 marcações nas 24 notícias do dia 20) e os gastos com a Copa das Confederações e do Mundo (4 marcações nas 24 notícias do dia 20). Essas discussões já existiam na esfera pública, mas por terem tido destaque nas interações dentro da rede da *internet*, jornalistas de todo o Brasil consideraram aqueles, temas de impacto e relevância.

Outro aspecto de destaque é a palavra-chave “Não é só por 20 centavos”. A baixa marcação evidente entre esta temática e as notícias (elas foram marcadas em apenas duas das 24 notícias do dia) indica apenas a ausência de palavras-chave mais específicas na página Quinta-feira vai ser maior!, tais como “saúde” e “educação”. Estes temas, no entanto, estiveram presente no tagueamento das notícias feito pela própria EBC e na classificação de valoração noticiosa.

6.4. Uma cobertura reinventada

Pelo caráter de prestação de serviço ao público, A Empresa Brasil de Comunicação possui clara intenção de se posicionar aberta à participação cidadã na construção de seu conteúdo. Seja pelo envio de material colaborativo pelo site institucional, seja pela observação de suas demandas pelas redes sociais ou advindos de canais como a Ouvidoria, a equipe de profissionais da EBC que participou das coberturas das Jornadas de Junho trouxe para o país um olhar diferenciado.

Jonas Valente relembra que durante o processo de construção e descoberta das pautas era comum que houvesse discussões entre os jornalistas. A divergência de opiniões era constante e refletia o que a própria sociedade pensava a respeito dos protestos. Como ninguém esperava pelo surgimento das manifestações, nem o consequente crescimento das demandas oriundas dos internautas; o início da cobertura da EBC foi tão confuso quanto a de outras emissoras e redações.

Foi apenas com o passar do tempo, e tendo em mente o caráter público da Empresa, que descobriu-se a maneira particular de se fazer a cobertura dos protestos. Houve a forte participação do público, a crescente busca pelo entendimento das demandas, o uso intensivo das mídias sociais na busca de pautas e informações, o uso de diferentes canais (rádio, televisão e web) no momento da cobertura em rua, e divergências de opiniões (violência, criminalização, participação partidária, policiamento, depredações) dentro da própria empresa por parte dos jornalistas. Como parte integrante da análise desta monografia, esta divergência de posicionamentos é considerada salutar e enriquecedora, haja visto que reflete as diferenças de opiniões da própria sociedade.

Assim como Valente, Lídia Neves acredita que não foi fácil fazer um jornalismo voltado e preocupado com as demandas sociais durante as Jornadas e, ao mesmo tempo, inovar em técnicas e linguagens (a transcrição completa da entrevista pode ser lida nos Anexos desta monografia). A opinião de Lídia é a de que as mídias digitais possibilitaram a aproximação entre cidadãos e jornalistas, mas que, para que isso ocorresse de maneira eficiente, foi preciso partir do pressuposto de que todo mundo produz comunicação atualmente. No entanto, ainda que as mídias digitais sejam amplo espaço para opiniões diversas, a gerente de integração de conteúdos da EBC defende que é papel do jornalista e não do cidadão trazer a público a informação mais confiável, mesmo que esta não seja nem nova, nem amplamente conhecida.

O uso da *internet* esteve presente em toda a cobertura da Empresa Brasil de Comunicação. Seja no momento de encontrar pautas ou pessoas que pudessem ceder fotografias; seja no momento de divulgar as matérias, produções ou programas especiais nas mídias digitais da instituição.

Com o surgimento e continuidade dos protestos, a equipe de jornalismo e de integração de conteúdos da empresa precisou ter cuidados diferenciados durante a apuração e obtenção de pautas. Perguntados se ao se depararem com a possibilidade de participar da cobertura das manifestações de rua em Brasília, os profissionais

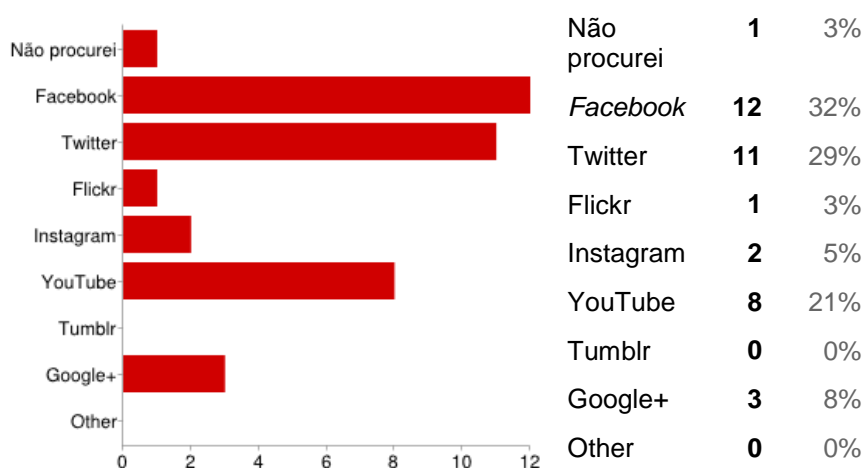
procuraram por conteúdo e informações em redes sociais digitais, 13 das 14 respostas foram positivas. Responderam sim repórteres da TV Brasil, jornalistas web, editores, produtores e fotógrafos.

6.4.1. Do uso das mídias sociais na preparação do profissional

De modo a verificar o uso das mídias sociais pelos profissionais durante as Jornadas de Junho, bem como captar aspectos do agendamento de notícias advindos deste uso, para esta monografia, foi-se aplicado um questionário com 13 perguntas (nos Anexos é possível encontrar o questionário aplicado, bem como o espelho de respostas completas e todos os gráficos correspondentes de cada pergunta) a 14 profissionais da EBC que estiveram envolvidos nas coberturas dos protestos.

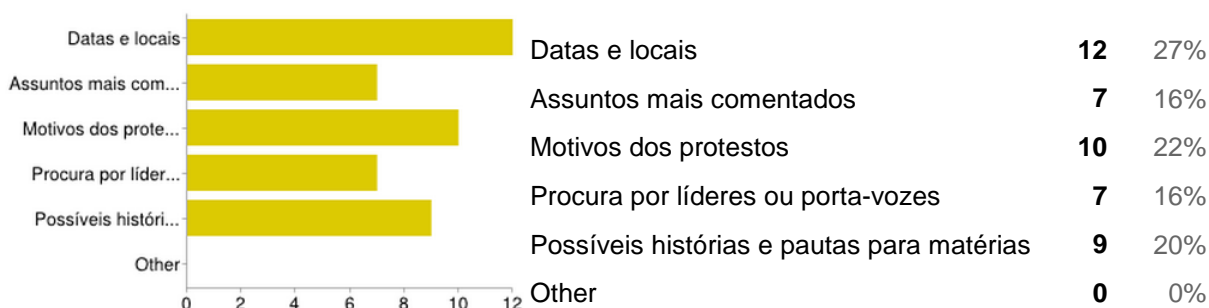
Deste questionário, destaca-se o fato de que 13 das 14 pessoas (93%) afirmam que procuraram por conteúdo e informações nas redes digitais durante o processo de preparação para a cobertura. Dessas, 12 afirmaram que utilizaram, pelo menos, o *Facebook* para procurar informações. Datas e locais, motivos dos protestos, e possíveis pautas e histórias para matérias somaram 69% da procura.

Gráfico 2 – Em que mídias digitais você procurou por informações?



Fonte: Autora, 2014

Gráfico 3 - Que tipo de informações você procurava ao lê-las nas redes sociais?



Fonte: Autora, 2014

Também as entrevistas qualitativas confirmaram a tendência:

lasminnyTháбата: Eles [os manifestantes] se organizaram pelas redes sociais, pelo *Facebook*, pelo *Twitter*. Vocês observaram essas demandas deles na hora de fazer as matérias? Em duas vertentes: eles estando nessas redes e o assunto sobre o que falavam nessas redes?

LN: Aqui da nossa área, como você viu, o conteúdo que a gente produziu estava muito vinculado ao que eles estavam fazendo nas redes sociais, o que estavam falando, enfim... A gente usou as *hashtags* pra dialogar com quem estava a favor, quem estava contra, enfim, com todo mundo, porque nossa questão aqui não é tomar um lado, mas distribuir esse conteúdo até que ele chegue nas pessoas.

IT: Quanto ao uso do *Facebook*. Ele foi visitado ou pesquisado de alguma forma antes, durante e depois das manifestações?

LN: Sempre. Ele faz parte do nosso trabalho.

IT: E o que que era procurado no *Facebook*, o que vocês observavam nessa parte das manifestações? Se ele foi uma ferramenta de pesquisa, de apuração, de investigação de vocês?

LN: Sim, pelo que eu me lembro, foi bem nessa época que o *Facebook* começou a usar as *hashtags* e isso passou a ficar bem mais fácil. Foi durante essa cobertura, sim, e isso facilitou bastante pra que o *Facebook* pudesse ser utilizado pra esse diálogo com o que estava acontecendo na sociedade.

IT: E aí vocês olhavam os eventos do *Facebook*, liam os comentários...

LN: É, post é mais difícil olhar, porque tem que estar no seu radar, mas a gente procurou observar os eventos, ler os comentários...

Pelo entendimento feito desta entrevista e da relação que se observou no quadro comparativo entre *tags* de notícia e palavras-chave do *Facebook* é possível notar uma influência do conteúdo lançado pelo público e que é encontrado na *internet* nas notícias e pautas da EBC. Na altura dos protestos do dia 20 de junho estava claro o desenvolvimento do que Hohlfeldt (2001) indica nos *Estudos das hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação* quando afirma que o agendamento se dá em sequência temporal. Ou seja, a agenda de discussão se estabelece através de uma verdadeira correlação entre a agenda da mídia e a do receptor (p.197), em um processo de interagendamento entre as partes e também entre outras mídias.

Assim, observa-se que o papel do cidadão e de suas respectivas redes de

interação digital tiveram essencial importância durante o início das apurações, momento em que toda a imprensa procurava entender os motivos que fizeram surgir as manifestações de rua. Após este momento, o uso das mídias digitais como ferramentas de apuração perdeu força no que diz respeito às razões dos protestos, mas ampliou-se no que se refere a pautas em discussão, produções pessoais como fotos, e marcações de novos atos.

LídiaNeves: A gente achou um blog que tinha todos os *links* dos eventos e com isso a gente conseguiu fuçar no *Facebook* e como a gente já sabia quais que eram as *hashtags* que mais estavam bombando, como o *#VemPraRua*, a gente ia atrás do conteúdo específico. Essa cobertura das manifestações foi uma cobertura de um momento da sociedade. Era uma manifestação, era como o governo interagia com elas, como, enfim, os diversos governos, as diversas respostas foram dadas, a postura da Dilma de trazer pra perto e dialogar e propor soluções, o acompanhamento disso depois. Porque é isso, no momento em que tudo explode, todo mundo tá fazendo, de uma forma ou de outra. E a gente participou desse jeito, procurando dar uma informação que estava faltando e também esse olhar pra cobertura como um todo. Não foi um assunto que acabou no dia 20 ou no dia 21, é um assunto que continua até hoje permeando a cobertura da EBC. (sic)

6.4.2. Do uso das mídias sociais na apuração e cobertura das manifestações

A *internet* possibilita que todas as pessoas com acesso tenham o próprio canal, página, *blog* ou espaço em redes sociais para falar o que quiserem. Esta característica, aproxima o internauta do modelo de produtor de informações que não existia sob a ótica tradicional dos meios. Pelo próprio caráter de interação digital dos protestos de junho, a presença desse internauta (e sua respectiva cultura, hábitos e opiniões políticas) nas mídias digitais facilitou alguns aspectos da apuração (como a procura por datas) e cobertura das manifestações e dificultou em outros (na busca por interação e respostas claras a dúvidas jornalísticas).

IasminnyTháбата: As informações das manifestações também foram apresentadas pelos cidadãos por meio da interação com a *internet*. Houve alguma apropriação desses conteúdos por vocês?

LídiaNeves: Houve. E o que que acontece: a gente tanto recebe, quanto a gente em alguns momentos encontra nas redes sociais conteúdos que nos interessa e a gente dialoga com o dono desse conteúdo pra ver se ele nos autoriza a colocar no conteúdo colaborativo do portal.

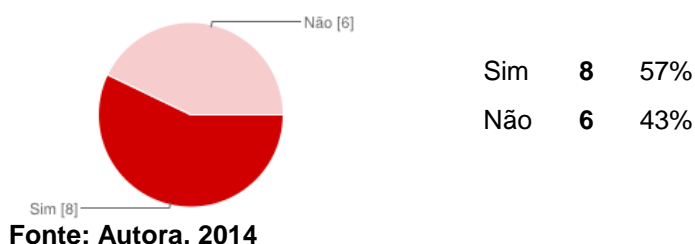
IT: Nessas manifestações, que tipo de conteúdos vocês conseguiram utilizar?

LN: Principalmente fotos, porque essa foi nossa busca principal. A gente fez galerias de fotos das manifestações, procurando mostrar a maior diversidade de lugares possível. Também, a gente utilizou informações do calendário do *Facebook*, uma página que tinha vários *links* para manifestações no país, acho que também tinha um *blog* que tinha essas informações e a gente foi clicando e vendo que tinha uma confirmação massiva de pessoas.

Este aspecto pode ser notado também nas respostas das perguntas do

questionário quantitativo. Nelas, 93% (13 dos 14 respondentes) afirmaram que as informações lidas nas redes sociais foram úteis no momento de ir a campo fazer a cobertura dos protestos, e também no momento da edição, produção ou fotografia. Doze deles consideraram que observar tais informações contidas nas mídias sociais foram importantes no momento de trabalhar nas coberturas. Esse índice diminuiu no que diz respeito a considerar as mesmas informações essenciais em vez de importantes.

Gráfico 4 – Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais influenciou no momento de escrever/produzir/editar/fotografar sobre os protestos?



Posteriormente ao trabalho, 79% desses profissionais afirmaram retornar às mídias digitais para checar ou encontrar novas informações. No momento desta atualização, os portais de notícia online e portais de notícia em redes sociais somaram 43% dos principais locais utilizados.

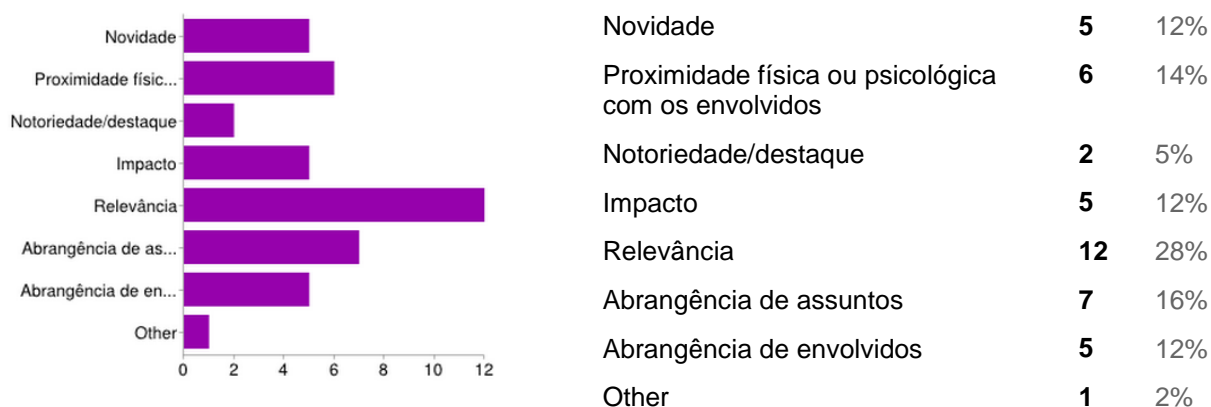
6.5. Busca de comprovação do problema de pesquisa

Hohlfeldt (2001) é claro: o agendamento somente ocorrerá de maneira eficiente “quando houver um alto nível de percepção de relevância para o tema e, ao mesmo tempo, um grau de incerteza relativamente alto em relação ao mesmo” (p.199), levando o receptor a buscar por novas informações. Como vimos, a equipe da Empresa Brasil de Comunicação se utilizou das mídias digitais para procurar por temas que tivessem força e interesse suficientes para se tornar notícia. Após o uso dessas mídias de maneira intensiva nos primeiros momentos de apuração, as matérias sobre o tema precisariam ter relevância suficiente para se tornar agenda de assunto entre a população.

Além da novidade, notoriedade e impacto descritos por Wolf (1999), Thaís Jorge (2010) ainda indica a “proximidade” física ou psicológica, e a notoriedade das matérias como valores fundamentais. Perguntados, 12 dos 14 profissionais que responderam à enquete desta monografia afirmaram que após escritas as matérias sobre os protestos elas possuíam relevância; sete deles consideraram que as

notícias possuíam abrangência de assuntos; e seis, proximidade física ou psicológica com os envolvidos.

Gráfico 5 – Após escritas as matérias, você considera que as notícias possuíram:



Fonte: Autora, 2014

Também 12 dos 14 questionados consideraram que são capazes de relacionar os assuntos lidos por eles nas redes sociais nas notícias da cobertura das manifestações da EBC. Vários aspectos influenciam na construção de uma agenda, mas em relação ao interesse que pode causar, podemos inferir da classificação em valores-notícia o peso que cada uma delas pode ter tido no meio público. Das 24 matérias analisadas, todas apresentaram pelo menos um valor noticioso essencial apontado por Wolf (1999), sendo predominante entre eles a novidade dos assuntos.

6.5.1. Houve agendamento? – Opinião dos profissionais

O processo de agendamento perpassou discussões e processos de produção dos jornalistas e profissionais da EBC. Lídia Neves acredita no agendamento da mídia digital e nas suas influências para as informações e pautas da Empresa. Jonas Valente é de opinião distinta. Para ele, enquanto a manifestação não ganhou a rua, não houve relevância que gerasse notícia. Nas praças, as pessoas impuseram as pautas, também nada de agendar assuntos ali, mas de seguir o processo de apuração que jornalistas de todos os lugares aprendem a fazer.

Lídia Neves Então, o cidadão, quando ele está na rua fazendo uma manifestação, ele tá construindo a sua própria história e aí os veículos de comunicação podem ver isso ou não. Nós da EBC vimos isso e procuramos cobrir. Então o que acontece, eles fizeram a pauta. Era uma coisa que ninguém estava esperando que acontecesse e a EBC ao observar o que estava acontecendo, procurou traduzir isso para quem não estava na rua, que estava em outros lugares pra explicar o que significava essas pessoas na rua.

Então essa é a participação principal. Fora isso, é esse trabalho de diálogo com as pessoas nas mídias digitais. Então teve uma influência importante, como na verdade sempre tem. Quando a gente tem uma missão e uma linha editorial que nos leva a fazer um diálogo com isso, é parte da nossa missão, parte do desafio que está colocado pra nós.

lasminnyThábata: Então você poderia dizer que a agenda de notícias durante as manifestações, essa agenda da EBC teve como foco as demandas das redes sociais?

LN: É, na verdade assim, a gente procura olhar pra tudo que está acontecendo no momento. E no momento em que os cidadãos fazem alguma coisa que é relevante pra sociedade, isso precisa estar refletido.

IT: E acaba que reflete...

LN: É, reflete, claro.

lasminnyThábata: Entendi. E a questão da participação do próprio cidadão na questão. Você acredita que houve a questão de um agendamento dessas redes sociais nas pautas que vocês fizeram?

JonasValente: Não, não acho. Eu acho o seguinte: a gente tinha....eu acho assim: que as pessoas não precisaram agendar as pautas, porque elas impuseram as pautas ao ir pra rua. Então não era...e até porque cada um tinha a sua pauta. Então é diferente, por exemplo, uma organização – o *Greenpeace*, que está defendendo a lei do desmatamento zero e ele vai tentar pautar os meios de comunicação. Não tinha isso. Não tinha uma estratégia unificada, então eu acho que o campo de disputa foi a rua, e como a rua tava sendo coberta pelos meios de comunicação, então eu acho que não existiu [agendamento]...pelo menos assim, pode ter existido, claro, mas não foi a questão central as pessoas irem pautar. Eu acho que não tinha uma pessoa...tinha assim, uma pessoa puxava o ato e aí tinha uma questão de haver uma pauta, ou de tentar dar uma visibilidade pra isso, mas a partir de um determinado momento, esses atos foram começando a ficar regulares. Então no Rio, era segunda e quinta, em São Paulo também, então você não tinha mais a necessidade de pautar, porque a cobertura ia ocorrer, o ato ia ocorrer, e o ato, esse gigante, e todos os meios de comunicação iam pra lá.

JV: Foi. O papel das redes foi debatido. Houve reportagens sobre isso, houve debate em estúdio sobre isso. Foi uma preocupação. Mas aí eu acho que não era uma questão que só a EBC tava dando, era uma questão que estava colocada, uma vez que boa parte das atividades eram organizadas pelas redes sociais. Porque muita gente tinha muitas vezes uma visão ufanista das redes sociais como se elas fossem a melhor coisa do mundo, mas o que as ruas mostraram é que mobilização em rede social você tinha demais, o que gerou pressão foi quando as pessoas foram pra rua. Então, a rede social não substituiu a rua, ela foi um mecanismo de mobilização para que as pessoas pudessem fazer seus atos, fazer suas manifestações pra que aí sim, elas pudessem efetivamente pressionar as autoridades e colocar as pautas.

IT: E é aí, nesse sentido, que você fala que, na verdade não foram as redes sociais que agendaram a cobertura em si, mas foi a rua, o pessoal estando na rua e com essas demandas que eles apresentavam...

JV: Exatamente. E aí é que eu acho que não se deve criar uma dicotomia. Eu acho que deve-se identificar os processos. As redes sociais foram instrumentos de mobilização, elas não foram *locus* onde os debates estavam ocorrendo. Não era, você não tinha um debate virtual na rede social sobre X, Y, Z. Elas serviram de mobilização e as manifestações, os atos, eram a expressão concreta dessa 'muntueira' de pessoas que queriam reivindicar várias coisas.

6.5.2. Houve agendamento? – Considerações do problema de pesquisa

Houve agendamento. Houve em diferentes formas e em diferentes momentos,

influenciando o assunto sobre o que falar no decorrer dos dias. As informações encontradas pelos profissionais dentro da esfera digital moldaram a cobertura dos protestos e mesmo criaram a pauta do dia. Assim como o período de redemocratização brasileira e o *impeachment* do ex-presidente Collor tiveram a interação das redes sociais específicas da época, as Jornadas de Junho tiveram como ferramentas de organização as plataformas ancoradas na *internet*. Deste modo, confirma-se o que Hohlfeldt afirma ao dizer que “cada mídia desenvolve um tipo diferenciado de influência, graças às especificidades que apresenta” (p.199).

Ressalte-se aqui que as manifestações apenas ganharam peso quando foram para a rua. É nesse sentido que Valente defende que o agendamento das mídias digitais não ocorreu, pois o impacto das ruas foi forte em demasia para um agendamento prévio do assunto. É um ponto de vista voltado especialmente para a cadeia de produção da notícia, que considera que foram as pessoas na rua que detiveram as pautas e reivindicações. Ao encontro desta ideia, sabe-se que as demandas nascem, de fato, da sociedade e que as redes digitais tornam-se apenas uma tecnologia que dá voz às diversas pessoas. Não foi o *Facebook* que fez surgir as demandas, ele o amplificou. No entanto, parece ser inegável o fato de que esta mesma mídia agendou os assuntos e pautas da Empresa Brasil de Comunicação – o que ficou demonstrado nas pesquisas quantitativa e qualitativas desta monografia.

Como a própria mídia analisa, então, a essência de sua existência: a transmissão de informações para o público? As pautas relacionadas aos protestos foram primordialmente insipientes e voltadas para razões restritas (violência, trânsito, surgimento do movimento) até o momento que não foi mais possível esconder da sociedade a descrença dos envolvidos com as grandes mídias de comunicação do país. Neste momento, outra forma de agendamento pôde ser observada: ficou impossível não utilizar o assunto (a mídia pela mídia) como objeto de discussão, pautas e agendas.

Se, no primeiro momento, portais *online* se isentaram de fazer uma análise mais profunda do caso, não discutiram nem trouxeram matérias aprofundadas do assunto e serviram de meros prestadores de serviço ao não questionarem os pedidos de democratização da comunicação, no final das manifestações, a *internet* foi o local onde mais se encontrou esse tipo de discussão.

Houve agendamento do conteúdo do *Facebook* a respeito das datas dos eventos, por exemplo, que se tornaram notícia não apenas na EBC; e, depois que as

notícias já estavam em rede, agendamento da EBC nos assuntos falados pelo público.

Pelo próprio caráter da Jornada – que foi coordenada pela *internet* –, o uso das mídias sociais como ferramenta de pesquisa, bem como plataforma de interação com o público foi essencial em diferentes momentos como, por exemplo, na procura por assuntos de debate durante a preparação da pauta, na busca de informações como datas e locais de concentração; e, depois, na busca de atualizações de informações. Essas características nos mostram, ainda, que o próprio processo de produção de notícias sofreu alterações. O próprio fato de o agendamento de pautas ter existido de uma maneira diferenciada afeta a logística produtiva da informação.

De outra forma, quando se procurou entender de onde havia surgido aquela explosão de protestos, foi na *internet* que os jornalistas encontraram os primeiros caminhos a serem traçados em busca das respostas. Dali, em processo de autoalimentação, a praça e o computador se agendaram e se encontravam. Também pelo caráter de agência de notícia com licença *Creative Commons*, todos os órgãos de imprensa, donos de blogs, internautas e cidadãos podem compartilhar as notícias da empresa, ampliando imensuravelmente o alcance desses assuntos. Ainda existiu em momentos não específicos o autoagendamento entre *internet* e EBC, bem como entre as próprias empresas de comunicação.

No que toca à questão da sequência temporal, levando-se em conta que o agendamento se dá necessariamente no tempo, verificou-se que se estabelece uma verdadeira correlação entre a agenda da mídia e a do receptor, mas também a agenda do receptor pode e acaba influenciando a agenda da mídia. Mais do que isso, descobriu-se que também havia um interagendamento entre os diferentes tipos de mídia, chegando-se mesmo a perceber que a mídia impressa possui certa hierarquia sobre a mídia eletrônica, tanto no que toca ao agendamento do receptor em geral, quanto sobre as demais mídias. (HOHLFELDT, 2001, p.197 e 198)

Tendo em vista tais observações, o agendamento torna-se um processo inevitável e, em certa medida, necessário, já que em sociedades cada vez mais complexas, é necessário que ferramentas e estratégias auxiliem na gestão do enorme fluxo de informações. É plausível que, por ser de caráter hipotético e, em consequência aberto a adaptações, o agendamento sofra da própria característica e se transforme. Parte do que defende esta monografia é que, em vez de a mídia agendar a população, foi a população, por meio das redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter* que agendaram a mídia. Esta seria uma ação anterior ao agendamento tradicional (quando a mídia agenda o leitor). Apenas depois de preestabelecido este agendamento midiático é que os *gatekeepers* (jornalistas) assumiram seus papéis no

processo de *newsmaking* (fazedores de notícias), passando as informações pelo crivo da profissão e dos valores noticiosos, para, então, agendar indivíduos e a sociedade.

As mídias digitais impuseram a necessidade de ações inovadoras no jornalismo. Nada substitui a ida a campo no processo de apuração, o observar a cena, o estar presente no acontecimento, e no dia 20 de junho de 2013, no ápice do número de protestos e participantes, as mídias ligadas à *internet* novamente estiveram presentes. Vídeos, fotos e relatos do ato foram parar na *internet* e também nos álbuns de imagens da EBC. Os debates que, por ventura, tenham ocorrido dentro das redações sobre o papel ético da própria mídia, ou a respeito da criminalização dos envolvidos já demonstram que as demandas da *internet* chegaram às ruas em protesto e modificaram rotinas produtivas. O uso das mídias digitais por cidadãos e jornalistas transformou a cobertura do ato, modificando a cultura jornalística – por mudar o papel dos indivíduos desse sistema.

Houve agendamento, mas o essencial para que os atos tenham sido de tamanha importância foi a mobilização. Como a história já provou, basta o boca a boca para que milhares de pessoas se reúnam. A *internet*, no caso das manifestações foi ferramenta complementar ao que o jornalismo sempre fez: apurar informações onde quer que elas estejam. No caso, o *Facebook*.

CONCLUSÃO

A proposta deste trabalho foi, antes de encontrar dados quantitativos a respeito do uso de alguma nova ferramenta, discutir o que se considerou como de grande importância para a contemporaneidade. A inserção das mídias digitais transformou o modo como as relações entre as pessoas se dão, mas, a partir desse pensamento, quis-se repensar o jornalismo.

O uso de novas tecnologias como as mídias digitais transforma fluxos de informação e modifica os papéis que cada indivíduo assume dentro desse esquema. Em casos extremos como o de manifestações de rua, cada indivíduo assume uma responsabilidade diferente por poder se tornar ponto de disseminação de informação a partir do uso dessas ferramentas. No terceiro capítulo desta monografia pôde-se discutir o fato de que essas tecnologias são transformadas pelas pessoas, instituições, companhias e a sociedade em geral.

Nesse sentido, as características das manifestações que ficaram conhecidas como Jornadas de Junho tiveram diferenças e semelhanças com outros protestos de rua pelo mundo. No Brasil, as manifestações não foram inspiradas por autoimolações ou assassinatos, mas da união de diversos fatores acumulados que foram procurados por jornalistas no momento de explicar os atos. A semelhança entre os movimentos da Primavera Árabe, de Ocupação e das Jornadas foi, sobretudo, o uso incessante das ferramentas e aplicativos da *internet*, em especial mídias digitais como o *Facebook* e o *Twitter*.

A interação pela *internet* foi utilizada com sucesso para organizar e coordenar os encontros que chegaram a levar mais de 1,5 milhão de pessoas às ruas em junho de 2013. Pelo próprio uso dessas mídias digitais, o movimento brasileiro cresceu e se transformou ganhando em número de envolvidos, pautas, reivindicações, vozes e cidades participantes. Desse inesperado contexto, jornalistas e redações inteiras precisaram aprender rapidamente novas maneiras de agir e entregar a notícia.

Foi com essa visão que a Empresa Brasil de Comunicação foi escolhida para ser analisada neste Trabalho. Pela forte preocupação com o que pensam os cidadãos, a EBC apresentou uma cobertura diferenciada das grandes instituições noticiosas. Procurando manter aberto o canal entre a produção de pautas e as opiniões da audiência, observar esta empresa foi fundamental para a verificação do problema de pesquisa, que tinha como central a ideia da participação do público.

O problema de pesquisa apontado no início – de que a apropriação das mídias sociais pelos internautas durante as manifestações de junho de 2013 influenciaria a produção de notícias da EBC, agendando conteúdos em diferentes momentos da cobertura – foi comprovada tendo como base a comparação de valores noticiosos de distintas partes.

Ou seja, viu-se que a Empresa Brasil de Comunicação possui em suas notícias classificações que julga ser importantes para a categorização e validação dos textos; assim como o próprio jornalismo possui suas classificações apontadas por autores como Mauro Wolf e Thaïs Jorge. Do destaque de palavras-chaves dos comentários na página de evento que organizou o protesto de 20 de junho em Brasília; e das notícias da cobertura da EBC, pôde-se observar a ligação entre o que se dizia na mídia social e nas produções jornalísticas no que diz respeito a temáticas de notícia.

Como sugerido, ficou claro que o agendamento acontece de diferentes formas. E, embora seu início possa ter sido apontado como advindo da *internet* (como defendeu esta monografia), foi, de fato, a presença da multidão nas ruas que pautou os noticiários nacionais e internacionais. Deste ponto em diante, o agendamento da EBC ocorreu de acordo com o que indica o Manual de Jornalismo da empresa, que pede especial atenção ao que dizem os cidadãos, gerando uma retroalimentação de conteúdos entre a rua e o meio digital da empresa.

Não foi uma análise simples, e para chegar a tanto, precisou-se estudar e escrever de acordo com uma base teórica de revisões bibliográficas e, em certa medida, levantamentos históricos. Perpassaram-se por assuntos concernentes às manifestações de rua que aconteceram no Brasil durante o mês de junho de 2013, e nesse contexto, a respeito dos atos em praças públicas espalhados pelo mundo. Houve uma preocupação em detalhar os atos e a cobertura do dia 20 de junho, data escolhida para análise das matérias e produções jornalísticas. Dessa mesma data, selecionou-se a página de eventos do *Facebook* que organizou o protesto.

O jornalismo também precisou ser lembrado em suas teorias e hipóteses. Neste ponto, a revisão do agendamento, do *newsmaking* e do *gatekeeping* trouxe novas perspectivas ao uso da *internet* e das mídias digitais na profissão. A mudança percebida no jornalismo foi, sobretudo, cultural. Cultural no que diz respeito à transformação do papel do jornalista na nova rede e no *modus operandi* do agendamento de notícias. As manifestações das Jornadas comprovam.

Outra preocupação foi a apresentação do papel de empresas públicas de

comunicação na democratização de direitos humanos, características específicas da Empresa Brasil de Comunicação foram também apresentadas, de modo a dar um panorama do assunto e da instituição aos leitores.

De outra forma, a *internet* precisou de atenção diferenciada, por se tratar da plataforma-mãe que acolhe tanto as mídias digitais quanto o jornalismo estudado nesta monografia. Esses aspectos foram utilizados no referencial teórico para dar sustentação à ideia de que a apropriação dessas ferramentas pelos próprios jornalistas modificou a maneira de se fazer jornalismo em tempos de *internet*.

Em linhas gerais, o trabalho acertou em defender o posicionamento de que essa mudança foi, sobretudo, cultural. Para isso se tornar minimamente concreto, tentou-se trabalhar o aspecto de cultura de maneira esmiuçada em todos os capítulos da monografia. A escolha foi feita de modo a contextualizar os pontos de vista, os objetivos da monografia, e dar suporte teórico para a discussão das problemáticas, não tendo sido, portanto, objeto de estudo do trabalho.

Acertou-se em ampliar a análise para formatos não apenas quantitativos com a aplicação do questionário, mas também qualitativos com a aplicação de duas entrevistas com quem esteve presente na cobertura da EBC. Isso aproximou a análise da realidade enfrentada pelos profissionais do que analisou este trabalho. As respostas de ambas as aplicações foram essenciais para responder de que forma os eventos no Facebook modificaram o processo de produção de notícias sobre as manifestações na empresa. Ao ampliar essa mesma visão para fora da EBC, podemos criar uma atmosfera análoga de entendimento, em que, em certa instância, a modificação do agendamento de notícias deu-se em todo o jornalismo na internet.

De modo a acrescer em informações e conhecimento, seria necessário aprofundar a revisão teórica dos capítulos, dando destaque às mudanças do jornalismo com o uso da *internet*. A opinião da autora é a de que este trabalho servirá como auxílio a pessoas que, por ventura, procurarem saber mais a respeito das manifestações de rua das Jornas de Junho; sobre como a *internet* pode, em sua potencialidade, transformar o agendamento de notícias; sobre como funciona o trabalho de jornalistas da Empresa Brasil de Comunicação e, em última instância, como a própria empresa funciona. Essas mesmas observações podem servir de pontos pertinentes a novas reflexões não abordadas ou aprofundadas aqui devido o objetivo do trabalho.

No que diz respeito à metodologia escolhida, foi necessário, quando do início

dos trabalhos, ampliar a visão para abarcar mais contextualizações. Dessa forma, as entrevistas que não estavam previstas foram adicionadas, bem como a valoração noticiosa por temas. O exame dos dados trouxe o entendimento de que, se alguém possui o conhecimento de que as mídias sociais influenciam a imprensa, este poder pode ser utilizado de maneiras voltadas para o interesse pessoal. Também assim o público, caso tivesse consciência do poder que possui ao fazer nascer eventos de grande porte nas redes sociais, poderia utilizar-se deste poder para conseguir algumas conquistas políticas de interesse democráticos. Isso, em decorrência ao ato das ruas, que, de fato, pressionam a opinião política.

Por se tratar de um Trabalho de Conclusão de Curso com tempo determinado para entrega, tornou-se inviável aprofundar de maneira mais densa os diagnósticos. Também a falta de casos análogos às Jornadas de Junho impossibilitou que métodos de comparação semelhantes fossem pesquisados, sendo necessário criar uma comparação própria a partir de metodologias existentes em situações distintas.

A expectativa deste texto foi, ao analisar os eventos (virtuais e acontecidos na rua) traçar, ainda que de maneira inicial, um novo olhar do jornalismo, auxiliando profissionais a atuar de maneira mais crítica ao se notar participantes de manifestações como essas durante os dias de trabalho. O uso das plataformas digitais nesse contexto é, como observado, essencial, pois as pautas e notícias também se encontram nesse ambiente. Deixar-se excluir desse sistema, é deixar-se excluir das transformações sociais.

BIBLIOGRAFIA

ADGHIRNI, Zélia L; MORAES, Francilaine. **Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Rio de Janeiro: Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 2007.

ALTERMANN, Dennis. **Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais**. 2012. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>>. Acesso em: junho de 2014

AQUINO, Yara. **Quase 65% dos entrevistados aprovam manifestações, indica CNT**. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/07/quase-65-dos-entrevistados-aprovam-manifestacoes-indica-cnt>>. Acesso em: junho de 2014

AVAAZ. **O Estilo da Avaaz: como atuamos**. 2011. Disponível em: <<http://www.avaaz.org/po/about.php#howwework>>. Acesso em: maio de 2014.

AZEVEDO, Flávia; MOYSES, Diogo; SILVA, Silvado P; VALENTE, Jonas. **Sistema público de comunicação no Reino Unido in Sistemas públicos de comunicação pública pelo mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulos, Intervozes, 2009

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

BRAGA, Adriana. **Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais**. In: Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, nº 9, ago/dez, 2011, pp. 95-104. Disponível em: <http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/09%20DeD%20_%20n.%209%20-%20artigo%204%20-%20ADRIANA.pdf>. Acesso em: abril de 2014

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Conceito de comunicação pública** In: DUARTE, Jorge Filho (org.). Conceito de comunicação pública - Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012. p 1-33.

BUCCI, Eugênio; FILHO, Laurindo Leal; REBOUÇAS, Nádia. **O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. In: CARMONA, Beth (org.); FLORA, Marcus [et al.], Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

CANARIM, Patrícia. **Rede Social X Mídia Social**. Disponível em <<http://www.nautilus.com.br/2013/janeiro/rede-social-x-midia-social>>. Acesso em: maio de 2014

CARVALHO, Morillo. **Número de manifestantes passa de um milhão**. 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/galeria/audios/2013/06/numero-de-manifestantes-passa-de-um-milhao>>. Acesso em: abril de 2014.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: Movimentos Sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: 1ª ed., Ed. Zahar, 2013.

_____. **A Sociedade em Rede**, Ed. Paz e Terra, 10ª Edição, 1999

_____. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a**

sociedade, Ed. Zahar, 2003

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo - considerações gerais sobre jornalismo na web**. Universidade da Beira Interior – Portugal, BOCC, 2001. Disponível em: < www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.html > Acesso em: maio de 2014

_____. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Universidade da Beira Interior – Portugal, BOCC, 2006 (c). <<http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>> Acesso em: maio de 2014

CLEAVER, Harry M.; **The Zapatista Effect: the internet and the rise of an alternative political fabric**. 2005. Disponível em: <<https://libcom.org/files/Cleaver%20-%20The%20Zapatista%20Effect%20-%20The%20Internet%20and%20the%20Rise%20of%20an%20Alternative%20Political%20Fabric.pdf>>. Acessado em: maio de 2014

COSTA, Cristiane. **Uma breve história sobre ativismo on-line**. 2014. Disponível em: <<http://zonadigital.pacc.ufrj.br/?p=1492>> Acessado em: maio de 2014

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação – do grito ao satélite**. 4ª edição. Campos do Jordão, SP: Editora Mantiqueira, 2001.

COMUNICAÇÃO, Empresa Brasil. **Roteiro de Debates do Conselho Curador da EBC: O Modelo Institucional da EBC e as Relações com o Governo Federal**. 2013. Disponível em: <www.conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/files/TranscriEEem%C3%A7%C3%A3o%20Roteiro%20de%20Debates.pdf>. Acesso em: nov. 2013.

_____. **Sobre a EBC**. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/pbi2014/2014/04/sobre-a-ebc>>. Acesso em: março de 2014.

_____. **Protestos no Brasil: acompanhe ao vivo nas Rádios EBC**. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/protestos-no-brasil-acompanhe-ao-vivo-nas-radios-ebc>>. Acesso em: abril de 2014

_____. **Novo marco regulatório das comunicações no Brasil: definições e discussões**. 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/05/coluna-da-ouvidoria-novo-marco-regulatorio-das-comunicacoes-no-brasil>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **A mídia nos protestos**. Observatório da imprensa, TV Brasil. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/observatorio/episodio/a-midia-nos-protestos#media-youtube-1>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Retrospectiva 2013**. 2014. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/retrospectiva-2013>> Acesso em: abril de 2014

_____. **Somente a verdade. Manual de Jornalismo da EBC**. 2013. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sites/default/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Programa da TV Brasil analisa as manifestações que atingem várias cidades do país.** 2013. Agência Brasil. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/programa-da-tv-brasil-analisa-as-manifestacoes-que-atingem-varias-cidades-do>>. Acesso em: abril de 2014

_____. **Protestos no Brasil: acompanhe ao vivo nas Rádios EBC.** 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/protestos-no-brasil-acompanhe-ao-vivo-nas-rádios-ebc>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Confira as reivindicações atendidas após protestos em todo o país.** 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/07/confira-o-saldo-dos-protestos-que-aconteceram-em-todo-o-pais>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Principais jornais do mundo dão destaque aos protestos no Brasil.** 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/internacional/2013/06/principais-dos-jornais-do-mundo-dao-destaque-aos-protestos-no-brasil>> Acesso em: maio de 2014

_____. **As redes sociais: novas utilizações para velhos fins.** 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/07/coluna-da-ouvidoria-as-redes-sociais-novas-utilizacoes-para-velhos-fins>> Acesso em: maio de 2014

CRUZ, Iasminny; CORRÊA, Isabella; SOUZA, Kelsiane. **O papel da comunicação pública como alternativa de transformação social: uma análise de casos mundiais**; In: LOBATO, Débora Antonia; LIMA, Amanda Evelyn Cavalcanti de; DIAS, Felipe Oliveira (org.). *Justiça enquanto responsabilidade: o potencial transformador dos agentes do mundo contemporâneo*. Brasília: Editora Art Letras, 2014 p. 576 – 607.

CRUZ, Iasminny; CORRÊA, Isabella; LEITE, Laila; RODRIGUES, Camila. **Mídia e Manifestações – Uma análise da atuação da mídia nos protestos de rua brasileiros**, 2013, III JPJor (anais). Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/IIIJPJor/paper/viewFile/2686/628>>. Acessado em: maio de 2014

DE BARROS LARAIA, Roque. **Cultura: um conceito antropológico**. Zahar, 2001.

DIAS, Catarina. **Jornalismo do cidadão na internet: sim ou não? – Estudo de caso: iReporter – Jornal.i**. In: 7º SopCom. Meios Digitais e Indústrias Criativas: Os efeitos e os desafios da globalização (org.), p.1029-1045. Disponível em <http://sopcom2011.up.pt/media/SOPCOM_2011_Atas.pdf>. Acessado em: maio de 2014

FOSSÁ, M. I. T.; KEGLER, B. **Comunicação pública digital: reflexões teóricas para a análise de portais governamentais**. In: Cadernos de Comunicação, Rio Grande do Sul, v.16, n.1, jan/jun. 2012. Disponível em:<<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/ccomunicacao/article/view/5829>>. Acesso em: fevereiro de 2013.

FRIEDMAN, Thomas. Folha de São Paulo. **Por que temos visto tantas revoltas de rua em democracias?** Tradução: Paulo Migliacci. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2013/07/1304800-thomas-friedman-por-que-temos-visto-tantas-revoltas-de-rua-em-democracias.shtml>>. Acesso em: agosto de 2013.

G1. **Brasil supera EUA e países do Bric em uso de redes sociais, diz pesquisa.** Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/07/brasil-supera-eua-e-paises-do-bric-em-uso-de-redes-sociais-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: junho de 2014

_____. INFOGRÁFICO. **Manifestações pelo Brasil.** 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/protestos-2013/infografico/platb/>>. Acesso em: maio de 2014.

_____. **Manifestantes em Rio Branco são mobilizados pelas redes sociais.** 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2013/06/manifestantes-em-rio-branco-sao-mobilizados-pelas-redes-sociais.html>> Acesso em: maio de 2014

_____. **Ato no Rio reúne 300 mil pessoas e termina em confronto com a PM.** 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/06/ato-no-rio-reune-300-mil-pessoas-e-termina-em-confronto-com-pm.html>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Protestos em São Paulo.** 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/protestos/2013/cobertura/nota/13-06-2013/108328.html>> Acesso em: maio de 2014

_____. **MPL diz que não convocará novos protestos em São Paulo.** 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/mpl-diz-que-nao-convocara-novos-protestos-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Protesto em SP ocupa Av. Paulista, estradas e tem tumulto com militantes.** 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/protesto-em-sp-ocupa-av-paulista-estradas-e-tem-tumulto-com-militantes.html>>. Acesso em: maio de 2014

GANDRA, Alana. **Professor destaca papel das redes sociais na convocação de protestos.** 2013. Agência Brasil. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/professor-destaca-papel-das-redes-sociais-na-convocacao-de-protestos>>. Acesso em: março de 2014

_____. **Manifestações de rua mudaram hábitos e opiniões dos brasileiros.** 2014. Agência Brasil. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/07/confira-o-saldo-dos-protestos-que-aconteceram-em-todo-o-pais>>. Acesso em: maio de 2014

GREGO, Maurício. **8 razões por que o Twitter está muito atrás do Facebook.** 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/8-razoes-por-que-o-twitter-esta-muito-atras-do-facebook>>. Acesso em: maio de 2014

GODOY, Fernanda (coord.). **O Brasil nas Ruas.** In: E-book O Globo. Rio de Janeiro: 2013. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=MhrT8e-4XeAC&printsec=frontcover&output=reader&authuser=0&hl=pt_BR&pg=GBS.PT9.w.2.0.96>. Acesso em: maio de 2014

GUAZINA, Liziane; BELISÁRIO, Kátia. **Repensando o planejamento em tempos de globalização e transformações sociais.** Esferas, n.1, 2011. Disponível em

<<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/viewFile/3135/2224>>. Acesso em: janeiro de 2014

HALL, Stuart *et al.* **A produção social das notícias: o “mugging” nos media.** In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e histórias.* 2.ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 224-248.

HOHLFELDT, Antônio. **Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação.** In HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.* Petrópolis: Vozes, 2001, p. 187-240.

IBOPE. **72% dos internautas estão de acordo com as manifestações públicas.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/72-dos-internautas-estao-de-acordo-com-as-manifestacoes-publicas.aspx>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **75% dos brasileiros são favoráveis às manifestações públicas.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/75-dos-brasileiros-sao-favoraveis-as-manifestacoes-publicas.aspx>>. Acesso em: maio de 2014.

_____. **Número de pessoas com acesso à internet no Brasil chega a 105 milhões.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-chega-a-105-milhoes.aspx>>. Acesso em: abril de 2014

JORGE, Thaís de Mendonça. **Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013

_____. **Manual do Foca: guia de sobrevivência para jornalistas.** São Paulo: 1ª ed., 1ª reimpressão. Editora Contexto, 2010.

LADEIRA, Taís. **Especialista comenta papel das redes sociais nas manifestações.** Rádio Nacional, 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/galeria/audios/2013/06/especialista-comenta-papel-das-redes-sociais-nas-manifestacoes>>. Acesso junho de 2014

LEAL, Aline. **Quase 2 milhões de pessoas participaram de manifestações em 438 cidades.** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/quase-2-milhoes-de-brasileiros-participaram-de-manifestacoes-em-438-cidades>>. Acesso em: março de 2014.

LEGISLAÇÃO. Brasil. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. **Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo....** Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em: novembro de 2013.

LEITÃO, Míriam. **Entender o Brasil.** In: E-book O Globo. Rio de Janeiro: 2013. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=MhrT8e-4XeAC&printsec=frontcover&output=reader&authuser=0&hl=pt_BR&pg=GBS.PT9.w.2.0.96>. Acesso em: maio de 2014

LIMA, Venício A., **Mídia: teoria e política**, 2ª edição, Ed. Fundação Perseu Abramo, 2004.

LIMA, Luanda. **#ProtestoBR: confira um mapa com as principais hashtags das manifestações.** Portal EBC. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/protestobr-confira-o-mapa-das-hashtags-das-manifestacoes>>. Acesso em: maio de 2014

MALINI, Fábio. **A nova grande mídia: a ecologia midialivrista brasileira no Facebook.** 2014. Disponível em <<http://www.labic.net/grafico/a-nova-grande-midia-a-ecologia-midialivrista-brasileira-no-facebook/>>. Acesso em: junho de 2014

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@ internet e #Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.

MANIFESTAÇÕES. **Observatório de Imprensa: Empresa Brasil de Comunicação. A mídias nos protestos. Programa de TV.** Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/observatorio/episodio/a-midia-nos-protestos#media-youtube-1>>. Acesso em: julho 2013.

MANSO, Bruno; BURGARELLI, Rodrigo. **"Epidemia" de manifestações tem quase 1 protesto por hora.** Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,epidemia-de-manifestacoes-tem-quase-1-protesto-por-hora-e-atinge-353-cidades,1048461>>. Acesso em: junho de 2014

MARCHIORI, Marlene. As interconexões entre cultura organizacional e comunicação. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas.** São Paulo: Saraiva, 2009, v. 2, p. 293-320.

MARQUES, Márcia; SOUSA, Janara. **O Espaço do Jornalismo em uma Rede Social.** In: 7º SopCom. Meios Digitais e Indústrias Criativas: Os efeitos e os desafios da globalização (org.), p.1407-1421. Disponível em <http://sopcom2011.up.pt/media/SOPCOM_2011_Atas.pdf>. Acessado em: maio de 2014

MARQUEZ, Allan Cancian. **Rede e Rua: o Processo da Adoção da Hashtag #VemPraRua nos Protestos Brasileiros de 2013.** Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/allanmc25/rede-e-rua>>. Acesso em: junho de 2014

MARTINEZ-TORRES, Maria Helena. **Civil Society: The Internet, and the Zapatistas".** 2001. Disponível em: <<http://desal.org.mx/spip/IMG/pdf/MEMartinezPeaceRev.pdf>>. Acesso em: abril de 2014

MARTINS, Renata. **#ProtestosBR: Pesquisadores apresentam dados sobre manifestações de rua e internet.** Portal EBC. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2014/01/protestosbr-pesquisadores-apresentam-dados-sobre-manifestacoes-de-rua-e-internet>>. Acesso em: abril de 2014

MCCOMBS, Maxwell. **The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion.** In: Mass Media Economics 2002 Conference, London School of Economics. 2002. Disponível em: <<http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf>>. 2002.>. Acesso em: abril de 2014

MEIRELES, Maurício. **Manuel Castells: O povo não vai se cansar de protestar.** 2013. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/manuel-castells-povo-nao-vai-se-cansar-de-protestar-8860333>>. Acesso em: fevereiro de 2014

MIDÕES, Miguel. **Opinião Pública, média e líderes de opinião: um estudo exploratório sobre a influência dos média e dos líderes de opinião na formação da Opinião Pública**. In: 7º SopCom. Meios Digitais e Indústrias Criativas: Os efeitos e os desafios da globalização (org.), p.323-334 . Disponível em <http://sopcom2011.up.pt/media/SOPCOM_2011_Atas.pdf>. Acessado em: maio de 2014

MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. In: Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, 2007.

MOBILE Use Grows 115% in 2013, Propelled by Messaging Apps. Disponível em: <<http://www.flurry.com/bid/103601/Mobile-Use-Grows-115-in-2013-Propelled-by-Messaging-Apps#.U5ASavmwlmk>>. Acesso em: maio de 2014

MOHAMMED Bouazizi. **A tunisian martyr**. 2011. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=jHw_auqod6Y>. Acesso em: maio de 2014.

MONGE, Yolanda. **O The New York Times admite que está ficando para trás na batalha digital**. 2014. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2014/05/16/sociedad/1400271382_290935.html> Acesso em: maio de 2014

MORA, Marcelo; VIANA, Julia Basso. **Protesto contra tarifa tem confronto, depredações e detidos em SP**. G1. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/protesto-contratarifa-tem-confronto-depredacoes-e-detidos-em-sp.html>>. Acesso em: abril de 2014

MORIN, Edgar; **Cultura de Massas no Século XX: o espírito do Tempo**. Rio de Janeiro: Ed. Neurose. Vol. I, Cap.1, 2ª ed. 1969. p. 15-23.

MPL. **Nota pública sobre a situação dos detidos nos atos contra o aumento da tarifa**. 2013. Disponível em <<http://saopaulo.mpl.org.br/2013/06/15/nota-publica-sobre-a-situacao-dos-detidos-nos-atos-contrao-aumento-da-tarifa/>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Novo ato contra o aumento da sexta!** 2013. Disponível em: <<http://saopaulo.mpl.org.br/2013/06/07/novo-ato-contrao-aumento-na-sexta/>>. Acesso em: maio de 2014

MURAD, Angèle. **Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet**. Ciberlegenda, n. 02, 1999. Disponível em <<http://goo.gl/7XEAwa>>. Acesso em: abril de 2014

NE Artigos. **Manuel Castells analisa as manifestações em São Paulo**. 2013. Disponível em: <http://www.nenoticias.com.br/78342_manuel-castells-analisa-as-manifestacoes-em-sao-paulo.html>. Acesso em: maio de 2014

NEWS, Globo. **Iniciativas pela internet fazem a diferença em diversas partes do mundo**. Globo News. [Rio de Janeiro] set. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/cidades-e-solucoes/videos/t/programas/v/iniciativas-pela-internet-fazem-a-diferenca-em-diversas-partes-do-mundo/2818692/>>. Acesso em: nov. 2013

NOTÍCIAS, Bol. **Facebook tem 1,23 bilhão de usuários mundiais; 61,2 milhões são do Brasil**. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/tecnologia/2014/02/03/facebook-em-numeros.htm>>. Acesso em: junho de 2014

ONOFRE, Renato; LIMA, Leandra. **Pulverização de protestos toma conta do Facebook**. In: GLOBO, O. O Brasil nas Ruas. O Globo, 2013. p.133 a 137

OTÁVIO, Chico. **Multidões em marcha**. 2013. In: GLOBO, O. O Brasil nas Ruas. O Globo, 2013.

PASSARINHO, Nathalia. **Manifestação em Brasília tem 3 presos e mais de 120 feridos**. 2013, Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nQ6S9MW7CCgJ:g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2013/06/manifestacao-em-brasilia-tem-3-presos-e-mais-de-120-feridos.html+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: abril de 2014

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro, 2011.

PAULINO, Fernando Oliveira; SILVA, Luiz Martins da. **Comunicação pública em debate: ouvidoria e rádio**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

PESQUISA brasileira de mídia 2014. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>>. Acesso em: maio de 2014

PIMENTEL, Tiago; SILVEIRA, Sérgio Amadeus da. **Cartografia De Espaços Híbridos: As Manifestações de Junho de 2013**. Interagentes. 2013. Disponível em: <<http://portal.interagentes.cc/?p=62>> Acessado em março de 2014

PORTAL Brasil. **PNAD 2012: Percentual de internautas cresce nas regiões Norte e Nordeste**. 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2013/09/percentual-de-internautas-cresce-nas-regioes-norte-e-nordeste-em-2012>>. Acesso em: abril de 2014

RODRIGUES, Alexandre. **Caminhando e teclando**. In: Caderno Eu & Fim de Semana. A internet com causa: ativismo online ganha força na política brasileira. Jornal Valor Econômico. 9 de maio de 2014. p. 4 a p. 9.

ROMANINI, Vinicius. **Tudo Azul no Universo das Redes – dossiê redes sociais**. Revista USP. São Paulo. Nº. 92. Dezembro/Fevereiro 2011-2012. Disponível em: <<http://goo.gl/5K96hl>>. Acesso em: maio de 2014

SAKKIS, Ariadne; ARAÚJO, Saulo. **Manifestação promete mexer de novo com Brasília nesta quinta-feira**. 2013. Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2013/06/20/interna_cidadesdf,372373/manifestacao-promete-mexer-de-novo-com-brasilia-nesta-quinta-feira.shtml>. Acesso em: março de 2014.

SALLOWICZ, Mariana. **Acesso à Internet no Brasil cresce, mas 53% da população ainda não usa a rede**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/05/1279552-acesso-a-internet-no-brasil-cresce-mas-53-da-populacao-ainda-nao-usa-a-rede.shtml>>. Acesso em: abril de 2014.

SARRES, Carolina; LEITÃO, Thaís. **CPI da Copa, PEC 37 e melhorias em serviços públicos são bandeiras de manifestações marcadas para hoje em Brasília.** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/cpi-da-copa-pec-37-e-melhorias-em-servicos-publicos-sao-bandeiras-de>>. Acesso em: abril de 2014

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. **Primavera árabe e ocupações pelo mundo: um novo marco para a práxis transformadora.** Disponível em: <<http://pucsp.br/neils/downloads/neils-revista-29-port/rafael-bellan.pdf>> Acesso em: maio de 2014

TABAK, Flávio; MENEZES, Maiá; LOBO, Thaís. **Protestos no túnel do tempo.** 2013. p.36 e p.37 In: GLOBO, O. O Brasil nas Ruas. O Globo, 2013

TERRA, Notícias. **Confira a cronologia e os principais acontecimentos dos protestos em SP.** Disponível em <<http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/confira-a-cronologia-e-os-principais-acontecimentos-dos-protestos-em-sp,7100898aa144f310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>> Acesso em: maio de 2014

THOMPSON, John B.; DE OLIVEIRA BRANDÃO, Wagner. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Editora Vozes, Petrópolis-RJ, 12ª edição, 2011.

UOL notícias; **Em dia de maior mobilização, protestos levam mais de 1 milhão de pessoas às ruas no Brasil.** Disponível em:<<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/em-dia-de-maior-mobilizacao-protestos-levam-centenas-de-milhares-as-ruas-no-brasil.htm>>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Facebook tem 1,23 bilhão de usuários mundiais; 61,2 milhões são do Brasil.** 2014. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/afp/2014/02/03/facebook-em-numeros.htm>> Acesso em: maio de 2014

_____. **Manifestação no Rio de Janeiro reúne 300 mil pessoas na prefeitura, diz PM.** 2013. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/20/manifestacao-no-rio-de-janeiro-ja-reune-100-mil-pessoas-diz-pm.htm>. Acesso em: maio de 2014

_____. **Em dia de maior repressão da PM, ato em SP termina com jornalistas feridos e mais de 240 detidos.** 2013. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/13/em-dia-de-maior-repressao-da-pm-ato-em-sp-termina-com-jornalistas-feridos-e-mais-de-60-detidos.htm>>. Acesso em: maio de 2014

VILELLA, Flávia. **Pesquisador diz que manifestações nas ruas são “a cara da web”.** Agência Brasil. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/06/pesquisador-da-fgv-diz-que-manifestacoes-nas-ruas-sao-a-cara-da-web>>. Acesso em: junho de 2014

WALBERT, Allan. **Confira o mapa dos protestos marcados para esta quinta-feira (20).** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/06/veja-locais-com-novos-protestos-marcados-para-esta-quinta-feira-20>>. Acesso fevereiro de 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação,** Lisboa, Editorial Presença, 5ª edição, 1999

ANEXOS

Anexo 1 – Pesquisa quantitativa aplicada

Pesquisa: Cobertura da EBC nos protestos de junho/2013

Este questionário compõe a pesquisa quantitativa do Trabalho de Conclusão de Curso da estudante lasminny Thábata, do curso de Jornalismo da Universidade de Brasília. No trabalho, serão analisados a cobertura da Empresa Brasil de Comunicação durante os protestos de rua que ocorreram em Brasília em junho de 2013, e o possível uso das mídias sociais digitais nesse processo, por parte dos jornalistas, fotógrafos e editores da área. Os dados aqui emitidos serão utilizados apenas para o fim acadêmico supracitado, e as informações pessoais serão mantidas em sigilo.

Nome: _____ Idade: _____

Área de atuação na EBC (reportagem, edição, fotografia / rádio, TV, online): _____

Participou da cobertura das manifestações de rua em junho de 2013?

() Sim () Não

PARTE 1

Esta parte tem o objetivo de verificar respostas a respeito do processo de apuração e preparação do profissional

1. Ao se deparar com a possibilidade de fazer a cobertura das manifestações de rua em Brasília, em junho de 2013, você procurou por conteúdo e informações em redes sociais digitais?

() Sim () Não

2. Em que mídias digitais você procurou informações?

() Facebook () Twitter () Flickr () Instagram Outros.
Citar:

() YouTube () Tumblr () Google+ () Não procurei

3. Que tipo de informações você procurava ao lê-las nas redes sociais?

() Datas e locais () Assuntos mais comentados () Motivo do protesto

() Procura por líderes () Possíveis histórias e Outros. Citar:
ou porta-vozes pautas para matérias

4. De onde veio a primeira informação que você teve a respeito das manifestações de rua de junho de 2013?

() Internet - matérias em portais de notícia () Internet - interação em redes sociais () Conversa entre amigos e conhecidos

() Televisão () Rádio () Jornal Impresso

() Revista impressa () Vi pessoalmente Outro. Citar:

PARTE 2

Esta parte tem como objetivo aferir respostas a respeito do processo de apuração e cobertura das manifestações

5. As informações lidas nas redes sociais foram úteis no momento de ir a campo fazer a cobertura dos protestos? (No momento de fazer a cobertura, produzir, editar a matéria na redação, ou fotografar a manifestação)
() Sim () Não
6. Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais foram IMPORTANTES no momento de escrever a notícia? (Escrever, produzir, editar, ou fotografar)
() Sim () Não
7. Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais foram ESSENCIAIS no momento de escrever a notícia? (Escrever, produzir, editar, ou fotografar)
() Sim () Não
8. Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais INFLUENCIARAM no momento de escrever a notícia? (Escrever, produzir, editar, ou fotografar)
() Sim () Não
9. Ao escrever notícias posteriormente aos protestos nas ruas, você voltou às redes sociais para checar ou encontrar informações? (Escrever, produzir, editar, ou fotografar)
() Sim () Não

PARTE 3

Esta é a última parte da pesquisa e busca aferir informações a respeito da edição e da pós-produção das notícias

10. Você é capaz de relacionar os assuntos lidos por você nas redes sociais nas notícias da cobertura das manifestações da EBC?
☐ Sim, muito ☐ Sim, pouco ☐ Não
11. Após escritas as matérias, você considera que essas notícias possuíam:
(Editadas as matérias / tiradas as fotografias / produzidas as reportagens)
☐ Novidade ☐ Proximidade física ☐ Notoriedade e/ou
 ou psicológica com destaque
 os envolvidos
- ☐ Impacto ☐ Relevância ☐ Abrangência de assuntos
- ☐ Abrangência Outro. Citar:
de envolvidos
12. Quais foram os principais locais utilizados por você no momento de atualizar informações sobre as manifestações? (Editar novas matérias / tirar novas fotografias / produzir novas notícias)

- () Jornal impresso () Revista impressa () Portais de notícia *online*
() Páginas de notícia em redes sociais () Conversa com amigos () Programas de TV
() Notícias em rádio () Páginas de evento no *Facebook* () Perfis do *Twitter*
Outro. Citar:

13. Como você avalia a presença da mídia social *Facebook* no processo de produção de notícias da EBC durante as manifestações de rua de junho de 2013, em Brasília?

- () Irrelevante () Pouco importante () Importante
() Muito importante () Essencial

Anexo 2 – Transcrição na íntegra da entrevista com Lídia Neves

Iasminny Thábata: Lídia, para começarmos, você pode me falar seu nome e o cargo da EBC?

Lídia Neves: O nome que eu uso é Lídia Neves e eu sou Gerente de integração de conteúdos do Portal EBC.

IT: Me explica um pouco o que significa este cargo? É como se fosse um editor-chefe da *web*?

LN: É, é como se fosse um editor chefe da *web*. Eu sou responsável pelo Portal EBC, pelos *sites* das rádios EBC e TV Brasil e mídias sociais desses veículos, enfim, nós somos responsáveis pela plataforma *web* aqui da empresa. Tem conteúdos da plataforma *web* que não são produto nossos, mas que nós somos responsáveis pela distribuição deles na *web*, pela integração de conteúdo de toda a casa.

IT: Me fala, então, Lídia, o que que mudou – e se mudou, na prática, no jornalismo de vocês com as redes sociais digitais?

LN: As redes sociais dão uma possibilidade de você interagir com o internauta, de saber o que as pessoas querem saber, o que as pessoas estão buscando. Então a gente tem uma possibilidade de trabalhar conforme o que as pessoas estão procurando, conforme o que as pessoas estão querendo saber, conforme o que as pessoas não sabem. Então, nossa área aqui agrega o que a missão [criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas] da EBC fala. Então a gente agrega o nosso conhecimento de *web* a essa missão da EBC. A gente acompanha em tempo real os dados que as pessoas estão procurando na *web*, a gente acompanha o que as pessoas estão interagindo nas redes sociais e com isso a

gente consegue dialogar melhor com o que as pessoas estão procurando e com o que elas estão querendo saber. A gente leva a informação que a gente entende que é importante pra elas, mas sempre dialogando com o que elas querem saber, com que tipo de dinâmica elas estão fazendo. Então, um momento é mais “memes”, outro momento é mais *hashtags*, em outro momento é um assunto de racismo que tá pegando, enfim, são os protestos. E é olhar pra isso, e com isso entregar conteúdo que contribua com a formação crítica delas da melhor maneira possível.

IT: E isso, você considera que seja um jornalismo participativo, um jornalismo cidadão? Teria algum nome que você conseguiria colocar essa participação, esse uso das redes sociais, essa interação com o cidadão?

LN: Eu não saberia definir um termo não. Ele é mais interativo. Porque hoje em dia pra você produzir comunicação, você tem que partir do pressuposto que todo mundo produz comunicação e que todo mundo se comunica. Então eu acho que esse é um pressuposto importante para quem quer fazer comunicação neste tempo. Então, a gente tem um espaço pra conteúdo colaborativo dentro do portal, a gente atua nas mídias sociais procurando fazer esse diálogo e a gente acompanha esses dados de acessos, tanto dos nossos *sites* quanto alguns recursos da *web* para saber o que as pessoas estão falando na *web* e dialogar com aquilo que faz parte da linha editorial da EBC.

IT: Como que funciona esse conteúdo colaborativo do Portal?

LN: Qualquer pessoa que tiver interesse pode mandar conteúdo pra gente. Então a gente tem lá um *link* [<http://www.ebc.com.br/envie-sua-materia>] e ai nesse espaço a pessoa pode mandar foto, vídeo, texto, alguma coisa que ela tá vendo, enfim, e contribuir com a nossa cobertura. A gente tá cobrindo um assunto, e ela tem outros conteúdos. Inclusive, nas manifestações a gente usou bastante isso, pra conseguir dar um panorama nacional do que estava acontecendo nas manifestações. Porque a EBC tem equipes em Brasília, no Rio e em São Paulo e um pouco no Maranhão. Fora isso a gente conta com a rede de emissoras públicas, rádio e TV. Mas pra ter fotos, a gente usou bastante conteúdo colaborativo.

IT: Certo, no que diz respeito à produção de notícias nesse uso das redes sociais é isso que você falou, de encontrar as pessoas, de pedir informação e de também ter essa colaboração do cidadão. E, agora, no que diz respeito à apuração de informações? Como que funciona o uso das redes sociais na EBC?

LN: Na apuração para uma matéria específica?

IT: Isso, para uma matéria específica, mas pensando ai nas manifestações.

LN: A gente usa. Por exemplo nas manifestações a gente fez um mapa, a gente procurou encontrar o máximo de informações possível de locais onde iam ter manifestações. E ai, a gente acabou dando um furo no número mínimo de cidades

que teve manifestações. E esse era um número que ninguém tinha. As pessoas não tinham a dimensão de quantos lugares estavam tendo manifestações. Então, com esse mapa que a gente conseguiu fazer, tinha 200 cidades brasileiras mapeadas, com eventos marcados. Ou seja, 200 cidades onde, provavelmente ocorreram manifestações. Ai as rádios da EBC tiveram uma cobertura ao vivo entrando com as emissoras dessas rádios públicas, então confirmou-se muitas dessas cidades. Eles falaram com boa parte dessas cidades e conseguiram confirmar.

IT: E no papel do jornalista, como que fica o jornalista com o surgimento da *internet*, dessas redes sociais, já que você falou que comunicação, todo mundo produz comunicação...

LN: Então, o jornalista tem que ser aquele que traz a informação mais confiável. Não necessariamente a gente vai dar uma coisa nova, a gente pode dar uma abordagem nova, a gente tem que ficar atento pra observar o que que a sociedade ainda não tem de informação pra levar essa informação. Por exemplo, durante a época dos protestos, tava todo mundo falando contra a PEC 37 e a gente xeretando aqui, a gente viu que ninguém sabia o que que era a PEC 37. Em que lugar que tá explicando? Tá todo mundo falando dessa PEC 37, mas ninguém nunca explica o que que é essa PEC 37. Ai a gente fez uma nota explicando o que que era a PEC 37. No ano passado inteiro, ela teve de audiência um milhão e setecentas mil visualizações. Foi a página mais acessada do Portal EBC ano passado. Então, é um momento em que a gente fez alguma coisa que ninguém tava fazendo e que foi importante pras pessoas poderem se posicionar. Se os protestos eram contra a PEC 37, pelo menos a gente tava informando o motivo pelo que as pessoas estavam protestando ou deixando de protestar.

IT: Então, se você pudesse definir como é esse jornalismo que se aproxima do cidadão e que se utiliza dessas ferramentas todas numa empresa pública de informação. Como que é visto um jornalismo mais cidadão dentro de uma empresa pública?

LN: A empresa pública tem mesmo essa natureza. Acho que todo jornalista parte desse ponto do código de ética dos jornalistas, de procurar dar a verdade dos fatos, mas acho que a gente trabalhar numa empresa pública nos aproxima ai do que é de interesse do cidadão. E essa é duplamente nossa missão. Tanto pela missão da empresa, quanto pela missão dos jornalistas. E é difícil fazer uma pauta diferenciada, mais especializada...

IT: As informações das manifestações também foram apresentadas pelos cidadãos por meio da interação com a *internet*. Houve alguma apropriação desses conteúdos por vocês?

LN: Houve. E o que que acontece: a gente tanto recebe, quanto a gente em alguns momentos encontra nas redes sociais conteúdos que nos interessa e a gente dialoga

com o dono desse conteúdo pra ver se ele nos autoriza a colocar no conteúdo colaborativo do portal.

IT: Nessas manifestações, que tipo de conteúdos que vocês conseguiram utilizar?

LN: Principalmente fotos, porque essa foi nossa busca principal. A gente fez galerias de fotos das manifestações, procurando mostrar a maior diversidade de lugares possível. Também a gente utilizou informações do calendário do *Facebook*, uma página que tinham vários *links* para várias manifestações no país, acho que também tinha um blog que tinha essas informações e a gente foi clicando nos eventos e vendo que tinha uma confirmação massiva de pessoas...

IT: E como é que você enxerga essa mistura de virtual com o físico da cobertura da EBC nas manifestações?

LN: O que a gente fez foi complementar algo que a EBC estava fazendo fisicamente. Em alguns dos principais atos, a gente fez um post no *Facebook* que teve mais de 500 compartilhamentos, a gente procura complementar o que as outras áreas estão fazendo, porque a nossa área aqui é uma área mais de integração de conteúdos, mais de fazer essa curadoria de conteúdos, do que fazer a cobertura em si, que é a parte mesmo do jornalismo, que é a Agência Brasil, TV Brasil, rádios...

IT: Então, esses conteúdos que foram feitos pela EBC, programas especiais de rádio, programas de televisão que tinham essa temática, vocês que são os responsáveis por dizer “isso é legal de ir pra *internet*”?

LN: Tudo que a EBC faz, a gente põe no *site*. A gente não interfere e diz: isso não é legal de ir. A ideia é ter todo o conteúdo da EBC na *internet*. A gente não tem ainda, porque não tem pernas pra fazer, não tem gente suficiente e a tecnologia não faz isso por si só.

IT: E você se recorda especialmente do dia 20 em Brasília?

LN: Tenho uma lembrança, sim.

IT: E você consegue lembrar como que foi o processo, a logística de produção nesse dia?

LN: Na redação do portal teve muito conteúdo que estava chegando e tinham alguns conteúdos que não estavam chegando e que a gente procurou ir atrás dele. Aquele conteúdo da PEC 37, por exemplo, ele subiu no dia 18, um pouco antes do dia 20. A gente viu que tava tendo esse assunto e subimos o conteúdo. Ai, Ato Médico também estava na pauta, Cura Gay também, e pra esse dia, a TV de São Paulo estava com uma equipe para fazer as manifestações ao vivo na Paulista e a gente pôs no ar. Não era uma estrutura ideal, porque a pessoa que estava lá não estava só fazendo pra *web*, então em alguns momentos teve que interromper a transmissão pra eles entrarem ao vivo na TV, mas, enfim, a gente tinha feito essa nota sobre as manifestações marcadas pra sexta-feira e que também teve bastante acesso.

IT: Você considera que a inclusão na *internet*, o uso das redes sociais, dessas plataformas digitais pela EBC ela é parcial, ela é total?

LN: Ela ainda é parcial. Nossa área surgiu no começo de 2011. Ou seja, é tarde. Antes, tinha alguma área de multimídia da TV Brasil e de algumas áreas esparsas. Então quando a gente surgiu, já tinha muita coisa acontecendo na casa, de forma desintegrada, tinha muitos *sites* no ar e não existia o *site* da EBC. O *site* da EBC era um *site* institucional, mas aí tinha o *site* da TV Brasil, alguns *sites* de rádios, algumas rádios que não tinham *site* nenhum. Então era uma situação muito confusa e até hoje a gente tá organizando a casa. Agora tem um mínimo de organização.

IT: Lídia, eu vou insistir neste ponto, pra eu ter uma resposta mais voltada pra esse papel do cidadão na cobertura das manifestações e na criação das matérias da EBC...

LN: Então, o cidadão, quando ele está na rua fazendo uma manifestação, ele tá construindo a sua própria história e aí os veículos de comunicação podem ver isso ou não. Nós da EBC vimos isso e procuramos cobrir. Então o que acontece, eles fizeram a pauta. Era uma coisa que ninguém estava esperando que acontecesse e a EBC ao observar o que estava acontecendo, procurou traduzir isso para quem não estava na rua, que estava em outros lugares pra explicar o que significava essas pessoas na rua. Então essa é a participação principal. Fora isso, é esse trabalho de diálogo com as pessoas nas mídias digitais. Então teve uma influência importante, como na verdade sempre tem. Quando a gente tem uma missão e uma linha editorial que nos leva a fazer um diálogo com isso, é parte da nossa missão, parte do desafio que está colocado pra nós.

IT: Então você poderia dizer que a agenda de notícias durante as manifestações, essa agenda da EBC teve como foco as demandas das redes sociais?

LN: É, na verdade assim, a gente procura olhar pra tudo que está acontecendo no momento. E no momento em que os cidadãos fazem alguma coisa que é relevante pra sociedade, isso precisa estar refletido.

IT: E acaba que reflete...

LN: É, reflete, claro.

IT: Eles se organizaram pelas redes sociais, pelo *Facebook*, pelo *Twitter*, vocês observaram essas demandas deles na hora de fazer as matérias? Em duas vertentes: eles estando nessas redes e o assunto sobre o que falavam nessas redes?

LN: Eu não me lembro bem como que foi a absorção disso no jornalismo, sobre os fatos de eles estarem nessas redes. Mas aqui da nossa área, como você viu, o conteúdo que a gente produziu estava muito vinculado ao que eles estavam fazendo nas redes sociais, o que estavam falando, enfim... A gente usou as *hashtags* pra dialogar com quem estava a favor, quem estava contra, enfim, com todo mundo, porque nossa questão aqui não é tomar um lado, mas distribuir esse conteúdo até que

ele chegue nas pessoas.

IT: Quanto ao uso do *Facebook*. Ele foi visitado ou pesquisado de alguma forma antes, durante e depois das manifestações?

LN: Sempre. Ele faz parte do nosso trabalho.

IT: E o que que era procurado no *Facebook*, o que vocês observavam nessa parte das manifestações? Se ele foi uma ferramenta de pesquisa, de apuração, de investigação de vocês?

LN: Sim, pelo que eu me lembre, foi bem nessa época que o *Facebook* começou a usar as hashtags e isso passou a ficar bem mais fácil. Foi durante essa cobertura, sim, e isso facilitou bastante pra que o *Facebook* pudesse ser utilizado pra esse diálogo com o que estava acontecendo na sociedade.

IT: E aí vocês olhavam os eventos do *Facebook*, liam os comentários...

LN: É, post é mais difícil olhar, porque tem que estar no seu radar, mas a gente procurou observar os eventos, ler os comentários...e desde que a nossa área começou, ler e responder os comentários do portal também, sempre. E para além disso, acompanhar o que acontecia fora do nosso perfil, porque são coisas que não aparecem no nosso radar naturalmente, as pessoas não falam dialogando diretamente com a gente, mas a gente procurava ver o que estava aparecendo na *timeline* das pessoas. Mas não é fácil encontrar informação no *Facebook*, ele não é uma mídia social que favorece isso. Ele é uma mídia social que favorece a interação com seus amigos, você precisa dar uma fuçada. A gente achou um blog que tinha todos os *links* dos eventos e com isso a gente conseguiu fuçar no *Facebook* e depois que saiu as *hashtags* lá, como a gente já sabia quais que eram as *hashtags* que mais estavam bombando, como o #VemPraRua, a gente ia atrás do conteúdo específico, mas não é simples não. Essa cobertura das manifestações foi uma cobertura de um momento da sociedade, era uma manifestação, era como o governo interagia com elas, como, enfim, os diversos governos, as diversas respostas foram dadas, a postura da Dilma de trazer pra perto e dialogar e propor soluções, o acompanhamento disso depois. Porque é isso, no momento em que tudo explode, todo mundo tá fazendo, de uma forma ou de outra. E a gente participou desse jeito, procurando dar uma informação que estava faltando, o que eu acho que foi uma coisa legal, e também esse olhar aí pra cobertura como um todo, não foi um assunto que acabou no dia 20 ou no dia 21, é um assunto que continua até hoje permeando a cobertura da EBC.

Anexo 3 – Transcrição na íntegra da entrevista com Jonas Valente

lasminny Thábata: Na época você era o editor do televisivo da EBC, correto?

Jonas Valente: Eu era um dos editores de texto. Você tem os produtores, os pauteiros, que são produtores específicos para pauta, os repórteres que vão pra rua

e você tem o editor de texto que é o que dá a última palavra em relação ao texto daquele VT que vai ao ar, as pessoas que vão ser entrevistadas...

IT: Quem realmente dá o “ok”...

JV: Na verdade, em determinados lugares você tem o editor chefe, ou executivo, ou o chefe de redação que também olham isso, mas no dia a dia, na maioria das vezes, passa pelo editor e vai pro ar.

IT: Entendi, então, para a gente começar eu gostaria que você falasse um pouco como que foi a experiência da EBC, do televisivo, nessa cobertura das manifestações de 2013.

JV: Eu acho que a EBC como todos os veículos, ficou tentando...vou falar sobre a TV, porque eu não posso falar dos outros e não dá para falar dela como um todo. O Repórter Brasil que era o local onde eu estava, ficou como todos os outros veículos de comunicação, tentando entender o que estava acontecendo. Então você tinha desde pessoas que achavam que aquelas eram manifestações de esquerda, até pessoas que achavam que aquelas eram manifestações de direita, até pessoas que achavam que aquelas eram manifestações de todo mundo e que cabia tudo ali, até pessoas que achavam que aquelas eram manifestações de quem não sabia o que que estava fazendo ali, nem o que queriam e onde estavam. Ou seja, existia um processo das pessoas de quererem entender o que que aquilo era...

IT: Isto em um primeiro momento, não é? Houve esse estranhamento...

JV: Em um primeiro momento. Então, o que que isso levou: houve uma discussão dentro da TV Brasil de entrevistar as pessoas, de ouvir os manifestantes, porque houve casos de VTs não editados por mim e reportagens que falavam que “quebrou e que houve confusão e que não sei o que” e que não ouviu uma pessoa. O que que aquela pessoa estava fazendo ali, o que que ela estava reivindicando? Acho que essa foi uma preocupação. Inclusive, muitas vezes, havia brigas dentro da redação, porque as matérias da TV Brasil repetiam o controle automático que toda a mídia fazia. Qual é esse piloto automático? É: “a manifestação começou na rua tal, andaram durante quarenta minutos e entraram em confronto com a polícia”. E a gente sempre bateu no: óbvio que houve ação e reação de lado a lado, mas a gente não pode ficar dando as coisas dessa maneira! A repressão não é uma situação em que a polícia não tinha outra coisa pra fazer, inclusive, em várias cidades ficou claro que a polícia que começava os atos e depois iam atrás dos manifestantes. Então, houve, o tempo inteiro, uma discussão dentro das equipes, de alguns jornalistas dentro da equipe, preocupados e cobrando que a gente não fizesse uma cobertura que não criminalizasse os atos dos manifestantes. Isso nem sempre era possível. Você vai ver todas as reportagens, é isso?

IT: Não, na verdade eu peguei algumas coisas que já estão na *internet*. Eu peguei o

dia 20 de junho, mais específico, porque senão ia ficar algo impossível de olhar. Vinte de junho foi o dia da depredação do Itamaraty, e que teve o recorde de pessoas nas ruas com quase dois milhões de pessoas no Brasil inteiro, e em Brasília teve essa questão do recorde de pessoas e da invasão.

JV: Entendi. E eu lembro, eu estava editando na redação nesse dia.

IT: E como que foi? Você consegue lembrar?

JV: Não, eu lembro. Até porque eu estava com o repórter e a gente acabou fazendo juntos. Qual que foi nossa preocupação? Primeiro foi de fazer um VT dando as indicações do que eu já te falei. Segundo, era muito do *feeling* do repórter. Ele entrava ao vivo no *link*, e nesse momento da invasão do Itamaraty foi um momento em que os repórteres estavam ao vivo. Inclusive, te sugiro não ver as reportagens do dia, mas do dia seguinte. E aí, teve essa questão de trabalhar o Itamaraty como um patrimônio, de pegar aquilo como uma coisa...acho que aquilo foi um ponto de virada, de separar os manifestantes entre os violentos e os pacíficos. A partir daquele momento...até porque a agenda que a mídia queria, que foi a derrubada da PEC 37, já tinha acontecido se não me engano, posso estar errado. Mas foi naquele dia ou um pouco antes. E essa era a pauta central, essa era a pauta dos veículos, não da EBC. Mas aí começa uma questão de todos os veículos de fazer essa separação e de separar e criminalizar os violentos e que acabou personificando isso nos Black Blocs. Embora atos como esses não tenham acontecido só por conta dos Black Blocs. Uma outra coisa que achei interessante que a gente fez na TV [da EBC], embora eu ache que ela poderia ter feito uma cobertura muito melhor do que a que fez...foi que em uma reunião de pauta a gente discutiu o seguinte: vamos debater essas coisas que as pessoas estão indo nas ruas reivindicar? Por que a gente não debate isso? Então a gente fez uma série de matérias pegando saúde, educação, reforma política, comunicação e mais uma que eu não me lembro qual era. Então a gente foi debater as pautas, porque os veículos ficaram mostrando um monte de gente com um monte de cartaz, mas não foram discutir as questões. Então acho que isso foi um ponto positivo da TV...

IT: A abrangência, né? A abertura das pautas para escutar o que esse pessoal estava mesmo reivindicando...

JV: Não só escutar, ir e contextualizar. Então: queremos mais educação. O que que esse querer mais educação significa? O que significa uma educação melhor? É financiamento, é gestão? Nós queremos mais saúde. O que significa falar em saúde melhor? Tem Projeto de Lei com alguma proposta concreta? Então isso tinha que ir pra frente. Para além de só...muitas vezes as matérias dos grandes veículos nem ouviam as pessoas, nem debatiam as pautas, então eu acho que isso a TV [da EBC] fez bem...mas houve uma questão muito de cair no senso comum de criminalização.

Até porque, eu acho que isso em parte tem a ver com o que o pessoal chama de piloto automático, que é uma reprodução do que está saindo nos outros meios de comunicação, e um pouco de dificuldade de entender o que que estava rolando. Acho que foi como uma reação que a TV ao longo do tempo promoveu muitos debates, chamou muitos especialistas pro estúdio pra tentar entender as manifestações, tentar entender os Black Bloc e não sei o que... E em relação aos debates, que é um tipo de conteúdo que a gente tem no estúdio, a TV abriu bastante espaço para diversos especialistas que estiveram lá tentando explicar aquilo ali. Então foi isso, não havia uma linha unificada, clara...era uma disputa o tempo inteiro...

IT: É, mas essa discussão é própria, característica, da empresa pública, não é? Das características dessa comunicação pública...

JV: É, mas ainda assim você tem chefe. A palavra final é o chefe que dá. E aí você tem chefe de jornalismo, uma cadeia de comando, mas houve uma disputa por parte dos trabalhadores nessa discussão. Mesmo porque houve chefe que era mais sensível às manifestações e chefe que não era nada sensível às manifestações, até jornalista-repórter que era mais sensível às manifestações e os que não eram sensíveis às manifestações. Então, assim, esses perfis e essas disputas sobre o que estava ocorrendo se dava o tempo inteiro, mas havia, de fato, muitas vezes, uma opção da empresa. Embora tenha havido esse espaço que estou te relatando – e ele existiu, houve muitas vezes uma linha da empresa de cair no senso comum, cair na história dos manifestantes entrarem em confronto com a polícia e aí, nisso, a emissora poderia ter dado uma contribuição mais interessante.

IT: E na questão, Jonas, do uso das redes sociais? E aí, em alguns pontos: o uso das redes sociais pelos próprios repórteres, da própria redação. Como que foi utilizada esta ferramenta, e se ela foi utilizada de alguma maneira. Desde o processo de apuração, ou de ver o que que estava acontecendo. Houve esse uso das redes sociais, do *Facebook*, do *Twitter* pela redação?

JV: Lógico, com certeza. Mesmo porque muitos dos protestos estavam se dando dentro das redes sociais. Inclusive, esse foi um debate em um dos nossos programas, do uso das redes sociais para essas questões. Agora, eu não lembro...nos nossos jornais tem aquela questão de no final de cada bloco ter uma participação das pessoas e tem uma participação pelo *Facebook*. Eu não lembro se essa parte já existia no período dos protestos. Eu acho que sim.

IT: Você como editor de texto, você se utilizava dessas redes sociais?

JV: Claro.

IT: E o que que você estava procurando quando você estava utilizando essas redes?

JV: Eu tava procurando desde o agendamento dos eventos, que passou a ser feito de maneira muito efetiva pelas redes sociais, mas muitas vezes também a gente, os

jornalistas também...foi o que eu te falei, a gente estava tentando entender o que estava ocorrendo e não existia uma reunião para onde você podia ir. Existiam algumas reuniões, mas eram por exemplo, dos comitês populares da copa que seguiram fazendo manifestações, o MPL seguia fazendo manifestação, outros movimentos sociais seguiam fazendo manifestações e então você conseguia ir naquelas reuniões, mas aquelas manifestações de 50, 70, cem mil pessoas, aquilo ali, o debate – se é que se pode chamar de um debate, eu acho que não é, porque o que havia era uma troca de mensagens....mas aquela troca de mensagens, ela se dava entre aquelas pessoas que nunca tinham participado de um ato, que nunca tinham ido pra lugar algum, ela [a discussão] se dava ali [nas redes sociais]. Então, muitas vezes a gente estava naquelas comunidades, nos eventos do *Facebook*, também para entender por que aquelas pessoas estavam participando daquilo. Quais eram as pautas que elas estavam colocando, como eram os processos deliberativos – que era uma coisa muito louca. Entrava-se num evento com 50 mil pessoas fazendo debate pelo *Facebook*, aí, as pessoas começavam a puxar votações e todo mundo puxava votação...então o *Facebook* era uma expressão muito clara ali das próprias pessoas que estavam descobrindo como fazer um protesto. Quem tava cobrindo aquilo tinha que acompanhar.

IT: Certo. Foi-se descobrindo então no processo...

JV: E não era uma coisa pré-existente, que as pessoas entenderam o que eram. As próprias manifestações tiveram características diferentes. Se você pega no início, eles foram mais pautados pela presença de movimentos sociais. Você pega São Paulo, tinha muito a questão do MPL. A partir de certo momento, isso deixa de existir, então você tem...

IT: É, mesmo porque o preço das passagens foi baixando, algumas pequenas conquistas foram surgindo...

JV: É, e o próprio MPL entendeu que ali ele tinha conseguido a conquista deles e que os atos tinham saído um pouco do controle. Quando eu falo entender o que estava acontecendo, não era entender, descobrir alguma coisa que está velada, é a cada momento que aquele processo dinâmico ia evoluindo, tentar acompanhar o que estava ocorrendo.

IT: Entendi. E a questão da participação do próprio cidadão na questão. Você acredita que houve a questão de um agendamento dessas redes sociais nas pautas que vocês fizeram?

JV: Não, não acho. Eu acho o seguinte: a gente tinha....eu acho assim: que as pessoas não precisaram agendar as pautas, porque elas impuseram as pautas ao ir pra rua. Então não era...e até porque cada um tinha a sua pauta. Então é diferente, por exemplo, uma organização – o *Greenpeace*, que está defendendo a lei do

desmatamento zero e ele vai tentar pautar os meios de comunicação. Não tinha isso. Não tinha uma estratégia unificada, então eu acho que o campo de disputa foi a rua, e como a rua tava sendo coberta pelos meios de comunicação, então eu acho que não existiu [agendamento]...pelo menos assim, pode ter existido, claro, mas não foi a questão central as pessoas irem pautar. Eu acho que não tinha uma pessoa...tinha assim, uma pessoa puxava o ato e aí tinha uma questão de haver uma pauta, ou de tentar dar uma visibilidade pra isso, mas a partir de um determinado momento, esses atos foram começando a ficar regulares. Então no Rio, era segunda e quinta, em São Paulo também, então você não tinha mais a necessidade de pautar, porque a cobertura ia ocorrer, o ato ia ocorrer, e o ato, esse gigante, e todos os meios de comunicação iam pra lá.

IT: E aí a questão do cidadão, mas na questão do jornalismo cidadão pensado como empresa pública. Teve isso também nas coberturas da TV?

JV: Jornalismo cidadão, que a gente chama no nosso manual de jornalismo de mídia pública, a gente não adjetiva o jornalismo, embora ele seja diferente, porque ele tem questões específicas. Eu acho que tá nessas questões que eu já te falei. Eu acho que a cobertura teve problemas, mas eu acho que a gente conseguiu fazer algumas coisas interessantes, como por exemplo trazer uma preocupação de ouvir o que os manifestantes estavam colocando, mesmo que muitas pessoas...é porque começou a se disseminar um discurso assim: ah, esse povo tá indo pra rua só por isso. Então uma primeira tarefa foi: vamos entender essas pessoas. E aí, isso se deu tanto trazendo pessoas que estavam nas manifestações de movimentos organizados ou não. Então, assim, pessoas do MPL foram entrevistadas no jornal, organizadoras de um ato que não era de nenhuma entidade, ela foi participar de um dos programas da TV. Então, as pessoas tiveram espaço em alguns momentos mais, em alguns momentos menos, em alguns momentos nenhum, mas de alguma maneira elas tiveram espaço na TV [da EBC]. O segundo ponto era a questão de debater as pautas que estavam sendo reivindicadas e que eu acho que foi muito pouco feito. Acho que a mídia ficou dando as manifestações assim: hoje estava tendo manifestação no Brasil inteiro, então você gastava o jornal inteiro pra mostrar imagem do ato em Florianópolis, Vitória, não sei onde, e tal e tal. E aí você não entrava na questão, não falava com as pessoas. E aí, sim, mas as pessoas estão querendo o que? É PEC 37? Então vamos debater a PEC 37. O que que propõe a PEC 37? O que é que tá em jogo? O que é que propõem os manifestantes sobre educação? Quais são as posições em jogo? Então, eu acho que isso ter sido feito pela TV [da EBC] foi uma mostra de um jornalismo diferente, que tá preocupado com o seguinte: nós não estamos só cobrindo o factual, nós estamos promovendo debate público sobre os aspectos que forem relevantes para a sociedade. E, no momento em que a sociedade é quem está

colocando quais são esses temas, é dever de quem faz jornalismo com as características que a gente faz, de mídia pública, preocupada com o foco no cidadão, de promover essa discussão. Porque os atos não eram espaços de discussão. Não era um espaço contraditório, não era um espaço de socialização da informação. Algumas aulas públicas foram feitas, eram, mas a TV Brasil, em determinados aspecto conseguiu fazer isso.

IT: Como é que você enxerga essa mistura do virtual com o físico, da *internet*, das redes sociais e do físico das ruas? Como você enxerga isso também na cobertura da EBC? Ela apareceu de alguma maneira? Foi discutida de alguma forma?

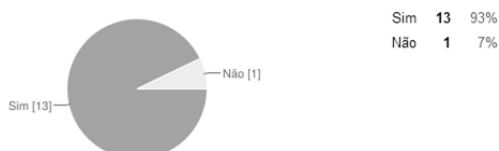
JV: Foi. O papel das redes foi debatido. Houve reportagens sobre isso, houve debate em estúdio sobre isso. Foi uma preocupação. Mas aí eu acho que não era uma questão que só a EBC tava dando, era uma questão que estava colocada, uma vez que boa parte das atividades eram organizadas pelas redes sociais. Porque muita gente tinha muitas vezes uma visão ufanista das redes sociais como se elas fossem a melhor coisa do mundo, mas o que as ruas mostraram é que mobilização em rede social você tinha demais, o que gerou pressão foi quando as pessoas foram pra rua. Então, a rede social não substituiu a rua, ela foi um mecanismo de mobilização para que as pessoas pudessem fazer seus atos, fazer suas manifestações pra que aí sim, elas pudessem efetivamente pressionar as autoridades e colocar as pautas.

IT: E é aí, nesse sentido, que você fala que, na verdade não foram as redes sociais que agendaram a cobertura em si, mas foi a rua, o pessoal estando na rua e com essas demandas que eles apresentavam...

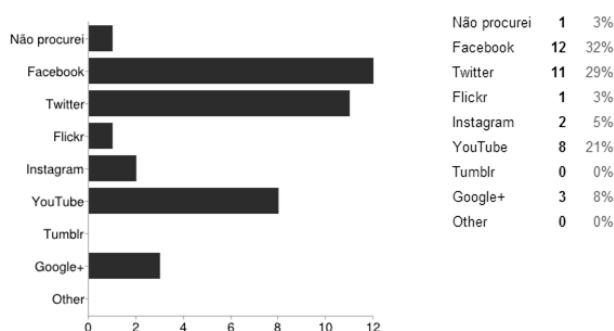
JV: Exatamente. E aí é que eu acho que não se deve criar uma dicotomia. Eu acho que deve-se identificar os processos. As redes sociais foram instrumentos de mobilização, elas não foram *locus* onde os debates estavam ocorrendo. Não era, você não tinha um debate virtual na rede social sobre X, Y, Z. Elas serviram de mobilização e as manifestações, os atos, eram a expressão concreta dessa 'muntueira' de pessoas que queriam reivindicar várias coisas.

Anexo 4 – Gráficos das respostas do questionário quantitativo

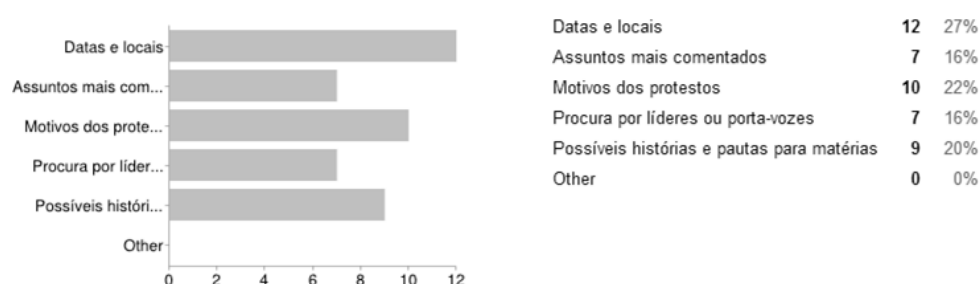
1. Ao se deparar com a possibilidade de participar da cobertura das manifestações de rua em Brasília, em junho de 2013, você procurou por conteúdo e informações em redes sociais digitais?



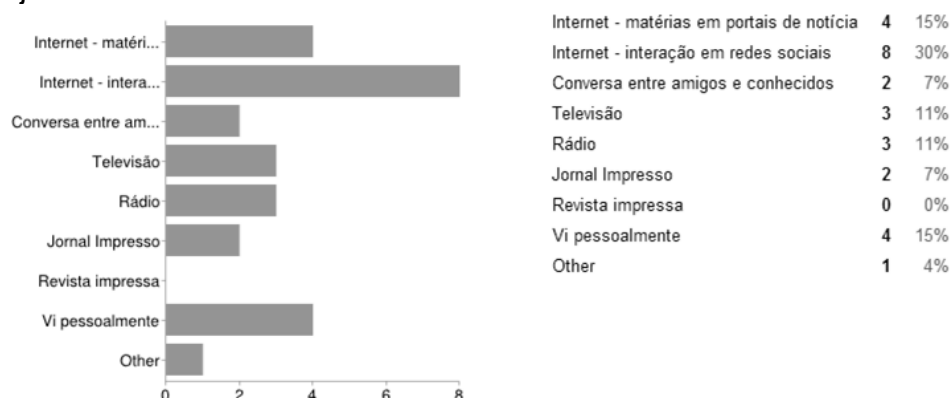
2. Em que mídias digitais você procurou informações?



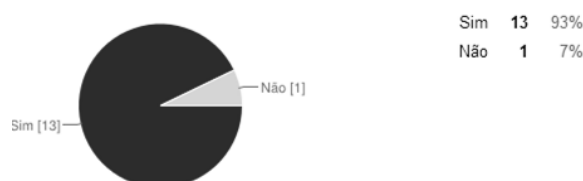
3. Que tipo de informações você procurava ao lê-las nas redes sociais?



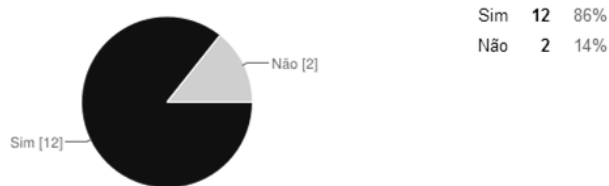
4. De onde veio a primeira informação que você teve a respeito das manifestações de rua de junho de 2013?



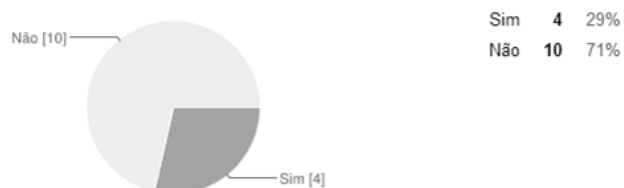
5. As informações lidas nas redes sociais foram úteis no momento de ir a campo fazer a cobertura dos protestos?



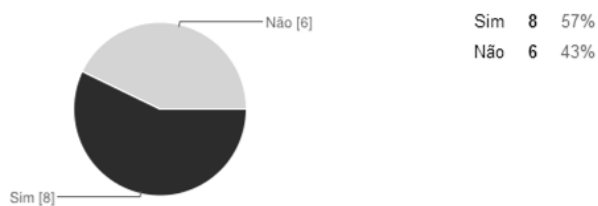
6. Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais foram IMPORTANTES no momento de escrever a notícia?



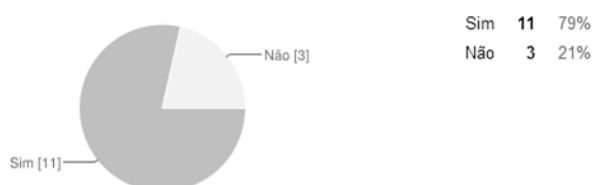
7. Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais foram **ESSENCIAIS** no momento de escrever a notícia?



8. Você considera que observar tais informações contidas nas mídias sociais **INFLUENCIOU** no momento de escrever a notícia?



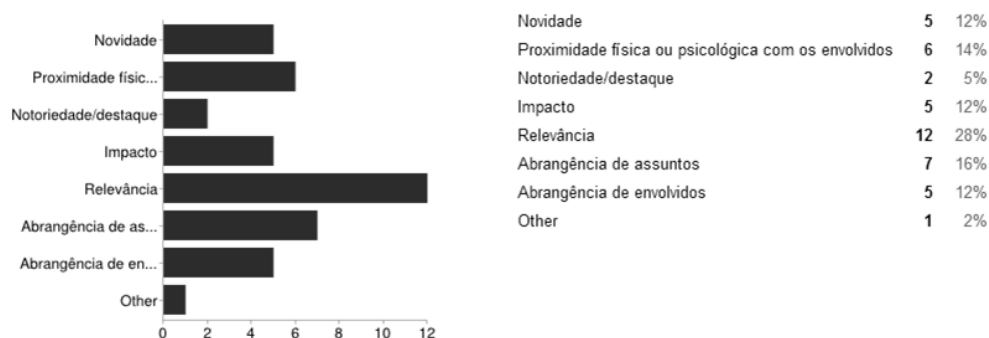
9. Ao escrever notícias posteriormente aos protestos nas ruas, você voltou às redes sociais para checar ou encontrar informações?



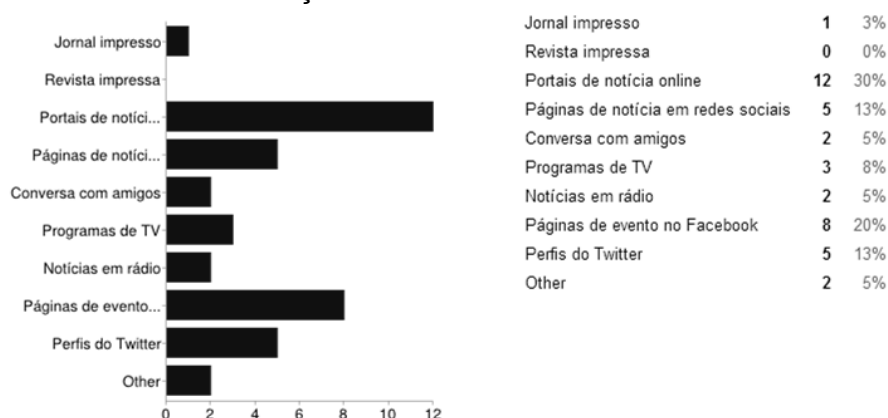
10. Você é capaz de relacionar os assuntos lidos por você nas redes sociais nas notícias da cobertura das manifestações da EBC?



11. Após escritas as matérias, você considera que tais notícias possuíram:



12. Quais foram os principais locais utilizados por você no momento de atualizar informações sobre as manifestações?



13. Como você avalia a presença da mídia social *Facebook* no processo de produção de notícias da EBC durante as manifestações de rua de junho de 2013, em Brasília?



Anexo 5 – Respostas completas do questionário quantitativo

Dados pessoais sigilosos	Participou da cobertura?	Q.1	Q.2	Q.3	Q.4	Q.5	Q.6	Q.7	Q.8	Q.9	Q.10	Q.11	Q.12	Q.13
Resposta 1 Produção e pauta/TV	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, Instagram, YouTube</i>	Datas e locais, Motivos dos protestos, Procura por líderes ou porta-vozes, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - interação em redes sociais	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, muito	Proximidade física ou psicológica com os envolvidos, Relevância, Abrangência de assuntos	Portais de notícia online, Páginas de notícia em redes sociais, Notícias em rádio, Páginas de evento no <i>Facebook</i> , Perfis do <i>Twitter</i>	Essencial
Resposta 2 Reportagem em TV Brasil	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter</i>	Datas e locais, Procura por líderes ou porta-vozes, Possíveis histórias e pautas para matérias	Televisão, Vi pessoalmente	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim, muito	Proximidade física ou psicológica com os envolvidos, Relevância, Abordagem diferente da mídia comercial	Portais de notícia online, Contato por telefone com manifestantes, lideranças e autoridades.	Importante
Resposta 3 Reportagem	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, YouTube</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Motivos dos protestos, Procura por líderes ou porta-vozes, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - matérias em portais de notícia, <i>Internet</i> - interação em redes sociais, Conversa entre amigos e conhecidos, Televisão, Rádio	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim, pouco	Proximidade física ou psicológica com os envolvidos, Impacto, Relevância, Abrangência de assuntos, Abrangência de envolvidos	Portais de notícia online	Pouco importante

Resposta 4 Reportagem	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, YouTube</i>	Datas e locais, Motivos dos protestos	<i>Internet</i> - matérias em portais de notícia, <i>Internet</i> - interação em redes sociais, Rádio, Jornal Impresso	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim, muito	Novidade, Relevância, Abrangência de assuntos	Portais de notícia <i>online</i> , Páginas de notícia em redes sociais, Páginas de evento no <i>Facebook</i> , Perfis do <i>Twitter</i>	Muito importante
Resposta 5 Edição Repórter Brasil (2013) Reportagem ABr (21014)	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, YouTube</i>	Datas e locais	Vi pessoalm ente	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim, pouco	Abrangência de assuntos, Abrangência de envolvidos	Portais de notícia <i>online</i> , Conversa com amigos, Páginas de evento no <i>Facebook</i>	Importante
Resposta 6 Reportagem	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Motivos dos protestos, Procura por líderes ou porta-vozes, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - interação em redes sociais	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, pouco	Relevância	Portais de notícia <i>online</i> , Páginas de notícia em redes sociais, Páginas de evento no <i>Facebook</i>	Essencial

Resposta 7 Web	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, Flickr, Instagram, YouTube, Google+</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Motivos dos protestos, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - interação em redes sociais, Rádio	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, muito	Novidade, Notoriedade/desaque, Impacto, Relevância, Abrangência de assuntos	Programas de TV, Notícias em rádio, Páginas de evento no <i>Facebook</i> , Perfis do <i>Twitter</i>	Essencial
Resposta 8 Reportagem	Sim	Não	Não procurei	Motivos dos protestos	Vi pessoalm ente	Nã o	Não	Não	Não	Sim	Sim, muito	Proximidade física ou psicológica com os envolvidos, Notoriedade/desaque, Impacto, Relevância, Abrangência de envolvidos	Portais de notícia <i>online</i>	Irrelevante
Resposta 9 Edição web	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter</i>	Motivos dos protestos, Procura por líderes ou porta-vozes	<i>Internet</i> - interação em redes sociais	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim, pouco	Relevância, Abrangência de envolvidos	Portais de notícia <i>online</i>	Importante
Resposta 10 Editor de fotografia	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, YouTube, Google+</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Motivos dos protestos, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - matérias em portais de notícia, <i>Internet</i> - interação em redes sociais, Jornal Impresso, Vi pessoalm ente	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim, pouco	Relevância	Jornal impresso, Portais de notícia <i>online</i> , Páginas de notícia em redes sociais, Páginas de evento no <i>Facebook</i> , Perfis do <i>Twitter</i>	Pouco importante
Resposta 11 Edição web	Sim	Sim	Google+	Datas e locais	Dos meios jornalísticos em geral	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim, pouco	Proximidade física ou psicológica com os envolvidos	Repórteres da casa	Importante

Resposta 12 Gerente de Integração de Conteúdos	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, YouTube</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Motivos dos protestos, Procura por líderes ou porta-vozes, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - interação em redes sociais	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, muito	Novidade, Impacto, Relevância, Abrangência de assuntos, Abrangência de envolvidos	Portais de notícia <i>online</i>	Importante
Resposta 13 Editor de texto TV	Sim	Sim	<i>Facebook, Twitter, YouTube</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Motivos dos protestos, Procura por líderes ou porta-vozes, Possíveis histórias e pautas para matérias	Conversa entre amigos e conhecidos	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Novidade, Proximidade física ou psicológica com os envolvidos, Impacto, Relevância, Abrangência de assuntos	Portais de notícia <i>online</i> , Páginas de notícia em redes sociais, Conversa com amigos, Programas de TV, Páginas de evento no <i>Facebook</i> , Perfis do <i>Twitter</i>	Importante
Resposta 14 Reportagem Agência Brasil	Sim	Sim	<i>Facebook</i>	Datas e locais, Assuntos mais comentados, Possíveis histórias e pautas para matérias	<i>Internet</i> - matérias em portais de notícia, Televisão	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Novidade, Relevância	Portais de notícia <i>online</i> , Programas de TV, Páginas de evento no <i>Facebook</i>	Importante